كيف تكون صحفياً ناجحاً ؟

محاضرات
في أصول الكتابة للصحافة

إعداد

د. محمد وهدان

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين، فهذه مجموعة من المحاضرات حول فنون الكتابة الصحفية مع الاستعانة بأمثلة تطبيقية من واقع الصحافة نفسها حتى يستفيد أبنائي طلاب الصحافة والإعلام وهم يبدأن أول درجات السلم الصحفي الطويل خاصة إذا علمنا أن الصحافة ممارسة بالدرجة الأولى وأن قواعدها تتبدل لأننا نرى جديداً كل يوم في عصر السماوات المفتوحة التكنولوجيا المتقدمة.

ويضم هذا الكتاب خمسة فصول هي:

١- الفصل الأول: الخبر الصحفي.

٢- الفصل الثاني: التقرير الصحفي.

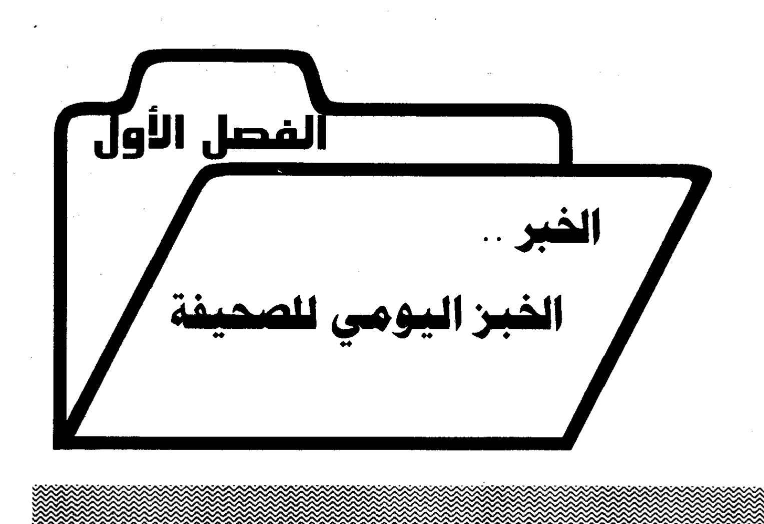
٣- الفصل الثالث: التحقيق الصحفي.

٤- الفصل الرابع: المقال الصحفي.

٥- الفصل الخامس الحملة الصحفية.

وسوف نتحدث في كتب أخرى إن شاء الله حول الحديث الصحفي وطرق إعداده. وأسأل الله أن يجعل هذا العمل مفيداً لطلاب الصحافة والإعلام، وأن يكون في ميزان حسناتنا يوم لا ينفع مال ولا بنون إلا من أتى الله بقلب سليم.

د. محمد وهدان


الفصل الأول
الخبر ..
الخبز اليومي للصحيفة

الخبر الصحفي هو الخبز اليومي للصحافة، وكما أن الإنسان لا يستطيع أن يستغني عن الخبز فإن الصحيفة لا تستطيع الاستغناء عن الخبر.

والخبر هو حجر الأساس في الصحافة بشكل عام. وهو المادة الأولى لكل ما تتناوله الصحيفة من تحقيقات وأحاديث وتعليقات وآراء.. والخبر يشبع الحاجة إلى المعرفة وحب الاستطلاع الغريزي لدى الفرد أو الجماعة في التعرف على البيئة وعلى أحوال الآخرين وجمع المعلومات المفيدة عنهم[١].

والخبر هو المعرفة ذاتها، وهو الجوهر الحقيقي في الصحيفة باعتباها ما جرى[٢] ونظراً لأهمية الخبر في العملية الإعلامية بشكل عام فإن الاهتمام به ليس وليد العصر الحديث[٣] ولكن الاهتمام به قديم قدم الإنسانية، وإن كان مفهومه يتغير ويختلف من زمن إلى زمن آخر، ومن نظام سياسي إلى نظام آخر.

والحقيقة أن علماء الإعلام لم يتفقوا حتى الآن على وضع تعريف جامع مانع للخبر -كما يقول أهل المنطق، لن كل واحد منهم نظر للخبر الصحفي من زاوية معينة.

ولذلك فإننا نتفق مع كل من توماس بيري وعبد اللطيف حمزة في رأيهما القائل: بأن تحديد معنى الخبر الصحفي ينطوي على مهمة مربكة محيرة[٤].

ولكننا نحاول في السطور القادمة البحث عن معنى الخبر الصحفي في قواميس اللغة وفي القرآن الكريم وعند علماء الإعلام.

أ- الخبر الصحفي في المعاجم اللغوية:

في المعجم الوسيط ورد ذكر الخبر بمعنى "ما يُنقل ويحدث به قولاً أو كتابة" كما أنه "قول يحتمل الصدق والكذب لذاته"[٥].

وفي مختار الصحاح نجد أن "أخبره بكذا" أنبأه وخبره بمعنى"[٦].

أما النبأ فهو الخبر ذو الشأن والقصة ذات البال.

ونبأ: أخبر عن الشيء وذكر قصته وأنبأ بالشيء: نبأ به.

واستنبأ عن الشيء: طلب إلى الآخر أن ينبئه به[٧].

ب- الخبر الصحفي في القرآن الكريم:

أما في القرآن الكريم فقد ورد ذكر الخبر على معان عديدة منها:

١-الخبر بالعلم يعني العلم بالشيء، قال تعالى: ﴿**وَكَيْفَ تَصْبِرُ عَلَى مَا لَمْ تُحِطْ بِهِ خُبْرًا**﴾[الكهف: ٦٨].

٢- الخبير: معنى العالم: قال تعالى: ﴿**فَاسْئَلْ بِهِ خَبِيرًا**﴾[الفرقان: ٥٩] أي اسأل به عالماً، والخبير في صفات الله تعالى: العالم بما كان وبما يكون.

٣- الخبرة: بمعنى المعرفة ببواطن الأمور، قال تعالى: ﴿**قَدْ نَبَّأَنَا اللَّهُ مِنْ أَخْبَارِكُمْ**﴾[التوبة: ٩٤] أي من أحوالكم التي يخبر عنها، وقيل: أي عالم ببواطن أموركم[٨].

٤- النبأ بمعنى الخبر، ومنها قوله تعالى: ﴿**لِّكُلِّ نَبَأٍ مُّسْتَقَرٌّ**﴾[الأنعام: ٦٧]، وقوله تعالى على لسان هدهد سليمان: ﴿**وَجِئْتُكَ مِن سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِينٍ**﴾[النمل: ٢٢] أي بخبر صادق مؤكد لأنني رأيت بعيني وسمعت بأذني، وليس من رأى كمن سمع.

ونظراً للأهمية الكبيرة للخبر كأساس للمعرفة، فقد طالب القرآن الكريم بضرورة التثبيت من صحة الخبر قبل نقله وتداوله، يقول تعالى: ﴿**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ**﴾[الحجرات: ٦]، كما أن الرسول صلى الله عليه وسلم يؤكد المعنى نفسه في قوله: ((**عليكم بالصدق** فإن الصدق يهدي إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وإن الرجل ليصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً)).

فالإسلام به منهجية الواضح في ضرورة التحقق من صحة الأخبار حتى لا ينجرف الناس مع تيار التسرع والأهواء أو التشهير بالآخرين على غير أساس[٩].

ج- الخبر عند علماء الإعلام:

هناك عشرات التعريفات للخبر قدمها صحفيون مارسوا المهنة سنوات، وباحثون اجتهدوا في هذا المجال، وأغلب هذه التعريفات تدور حول أن الأخبار هي "الوقائع والأحداث التي حدثت بالفعل في العالم"[١٠] بدليل أن كلمة أخبار News في اللغة الإنجليزية تشير حروفها إلى الجهات الأصلية الأربع:

الشمال: North

الشرق: East

الغرب: West

الجنوب: South

يعرف توماس بيري الخبر الصحفي فيقول: إنه يعتبر أي موضوع قابل للنشر خبراً على أن تتوفر فيه خمس خصائص:

١- أن يهم القراء.

٢- أن يكون صحيحاً تماماً.

٣- أن يمتاز بصفة الجدة.

٤- أن يمتاز بصفة القرب.

٥- أن يمتاز بصفة الغرابة[١١].

ويعرفه أحد الباحثين بأنه تقرير حقيقي منشور عن حدث أو فكرة أو حقيقة[١٢] ويعيب على هذا التعريف أنه وصف الخبر بأنه تقرير في حين أن هناك فرقاً بين التقرير والخبر.

ويرى باحث آخر أن الخبر هو الرواية الأمينة وغير المنحازة والكاملة للأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور[١٣].

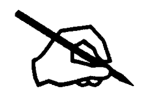
بينما يرى أحد الباحثين أن الخبر هو المادة الأساسية في الجريدة، وهو وراء كل مادة أخرى من موادها الصحفية، ولا تلقى أية مادة صحفية قبولاً عند القراء إلا إذا استمدت أهميتها من الخبر[١٤].

وهناك تعريف للخبر اشترط الصحة وعدم التحيز، حيث عرفه بأنه تقري موثوق غير متحيز يحتوي على معلومات جديدة عن حدث يؤثر في حياة أو رفاهية أو مستقبل أو مصالح القراء[١٥].

وهناك تعريف للخبر يقول: أن الخبر لا يكون خبراً ما لم يكن صادقاً[١٦].

وهذا باحث يقرر صعوبة وضع تعريف شامل لخبر لكنه يقول: الخبر حادث تهتم به الجماهير ويمتاز بالآنية، ويؤثر في الرأي العام ويثيره[١٧].

ومع أن كل هذه التعريفات ركزت على جانب معين في الخبر، ومع تسليمنا بصعوبة وضع تعريف للخبر الصحفي إلا أننا نتفق مع التعريف القائل بأن الخبر: عرض دقيقة وموضوعي لكل ما تقدمه الصحيفة عن مجريات الأمور من أحداث آراء وأفكار ومشروعات وظواهر ومشكلات وقوانين وابتكارات وبحوث وجرائم وقت بالفعل تهم القراء وتؤثر فيهم، وتساهم في تثقيفهم وتوجيههم بحيث لا يتعارض ذلك مع عقيدة المجتمع وقيمه[١٨].




أنواع الخبر الصحفي

تختلف الآراء حول تصنيف الأخبار الصحفية، وكل يذهب فيها مذهباً معيناً، فيذهب البعض إلى تقسيم الأخبار وفق ثلاث أسس: الأساس الأول يتم بحسب تركيب الأخبار الصحفية فيصنفها إلى أخبار بسيطة وأخبار مركبة، وأنواع جبرية خاصة.

فالأخبار البسيطة في رأيه هي أخبار خالصة تحتاج إلى جهد يسير بمعالجتها وتفسيرها والتعليق عليها، مثل الأخبار الشخصية، كأخبار المرض والوفيات والجنازات والحوادث، والأحوال الجوية وغيرها[١٩].

والأخبار المركبة هي أخبار خالصة أيضاً، لكنها ليست كسهولة الأولى، وتمتاز بالتعقيد، وغالباً ما تحتاج إلى تفسير أو تعليق يعتمد فيه الصحفي على ما عنده من معلومات أساسية عن الموضوع مثلها الخطب والاستعراضات والأحاديث الصحفية والاجتماعية وأعمال الحكومة السياسية وغيرها.

أما الأنواع الخبرية الخاصة، فهي خليط من المعلومات، تهدف إلى نشر بيانات أو مقالات لغرض معين. كما هو الحال في العلوم والنقد وأخبار تقدم وموضوعات تعالج زوايا إنسانية تنشر تحت أبواب معينة يضاف إليها عنصر الرأي والتفسير.

والأساس الثاني الذي تقسم بموجبه الأخبار ينحو فيه منحى جغرافياً فيقسم الأخبار الصحفية إلى داخلية وخارجية، فالأخبار التي تعالج الأحداث التي تقع داخل حدود الوطن هي أخبار داخلية أو (محلية)، والأخبار التي تعالج أحداثاً تقع خارج الوطن هي أخبار خارجية أو (دولية).

أما الأساس الثالث، فيقع فيه تقسيم زمني، حيث يقسمها إلى قسمين، الأول أخبار دورية وهي الأخبار التي يعرفها الصحفي مقدماً ويدونها في مفكرته، مثل أخبار المحاكمات والمباريات ثم الأخبار المفاجئة، وهي أخبار الحوادث اليومية المفاجئة، كالحرائق والكوارث والجرائم. ويطلق بوند على هذا النوع الأخير من الأخبار تسميات عديدة، منها النبأ الطارئ أو غير المتوقع أو الحي أو الطازج أو

المهم أو الفوري، ويعتبر نشره في الصحيفة ضروري جداً حتى لو وصل إلى الصحيفة قبل موعد طباعتها بدقائق ولو بشكل خير موجز(٢٠).

ويتفق كاتب آخر مع المذهب الأخير -التقسيم الزمني- عند تصنيفه الأخبار فيقسمها إلى ثلاثة أنواع:

الأخبار المبرمجة والمجدولة، وأخبار الأحداث الجارية، والأخبار المتوقع حدوثها.

وهناك رأي آخر في تقسيم الأخبار، إذ يقسم الخبر بموجبه بحسب المعالجة، ويضعها في نوعين: الأخبار المحضة: Straight News والأخبار غير المحضة أو التعليقية: Opinionated News. فالمحضة منها، هي تلك التي تعطي للقارئ كما هي دون توضيح، وكما وردت أو كما جمعت. أما التعليقية فهي التي توضح وتفسر. كما يقسمها من حيث لون الخبر ذاته مثل أخبار المجتمع، وأخبار المجالس النيابية وغيرها، وأخيراً يقسمها بحسب موقع الحوادث إلى داخلية وخارجية(٢١).

أما عبد اللطيف حمزة فإنه يقسم الأخبار تقسيماً جغرافياً وموضوعياً، فالأخبار الصحفية عنده تقسم إلى أخبار داخلية وخارجية بحسب التقسيم الجغرافي، فكل ما يقع في الوطن أو يقع في خارج الوطن وله علاقة به فهو خبر داخلي أو محلي.

وأخبار كل ما يقع خارج حدود الوطن أو النشاط الأجنبي الذي يقع داخل حدود الوطن ولا يكن طرفاً فيه بحال من الأحوال، فهو خبر خارجي، وفي الأعم الأغلب يكون مصدر الأخبار الخارجية خارجياً وفي حالات قليلة الوقوع يكون مصدره محلياً.

أما تقسيمه الموضوعي فإنه صنف الأخبار إلى ستة أنواع هي:

الأخبار السياسية – الأخبار ذات الطابع الإنساني – أخبار الكشوف العلمية – أخبار الأدب – أخبار الجريمة – الطرائف الخبرية.

وفي رأينا فإن التقسيم الأمثل للخبر الصحفي من حيث شكله من وجه نظري هو:

[١] **الخبر البسيط:** وهو الذي يروي واقعة واحدة محدودة، مثال ذلك:

غادر القاهرة صباح اليوم الرئيس حسني مبارك متوجهاً إلى الولايات المتحدة الأمريكية لإجراء مباحثات مع الرئيس الأمريكي بيل كلينتون تتناول العلاقات الثنائية بين البلدين والصراع العربي الإسرائيلي.

هذا خبر بسيط لأنه روى واقعة واحدة تتعلق بزيارة الرئيس مبارك للولايات المتحدة وإجراء مباحثات مع الرئيس الأمريكي.

[٢] **الخبر المركب:** وهو الذي يروي أكثر من واقعة، ومن أمثلة ذلك:

بسبب البرد والمطر بيات شتوي في القاهرة والمحافظات، المقاهي والمطاعم ودور السينما تبحث عن زبائن، الأرصاد: الحرارة ٦ درجات غداً.. والجو لن يتحسن قبل الاثنين وفي مضمون الخبر كتبت صحيفة المساء:

(تسبب سوء الأحوال والأمطار الغزيرة التي شهدتها البلاد في خلو الشوارع من المارة وإغلاق المحلات مبكراً على غير العادة، شهدت القاهرة حالة الهدوء بعد أن اختفى المواطنون من الشوارع، وفضل الجميع البقاء في منازلهم خوفاً من البرد والأمطار، وخلت المقاهي والمطاعم من الرواد. أكدت هيئة الأرصاد الجوية أن سوء الأحوال الجوية سيستمر حتى يوم الاثنين القادم. وأنه من المنتظر أن يبدأ الجو في التحسن والعودة للدرجات الطبيعية في مثل هذا الوقت من السنة. وصرح مصدر مسئول بالهيئة بأن درجات الحرارة ستنخفض إلى ٦ درجات تبدأ في الارتفاع يوم الاثنين القادم. ويستمر الطقس غير مستقر على كافة أنحاء الجمهورية أضاف أنه من المنتظر سقوط الأمطار غزيرة على شمال البلاد وسيناء وتمتد حتى القاهرة ويظل الطقس شديد البرودة على جميع الأنحاء.

يقول خالد حمودة مدير مقهى الفردوس بوسط البلد أن الإيراد انخفض بنسبة ٥٠% نتيجة سوء الأحوال الجوية فالرواد امتنعوا وغالبية الزبائن جاءوا للمقهى للاحتماء من المطر.

أما حنا فرج مدير كافيتريا ركن كوكب الشرق، قال.. لأول مرة منذ سنوات تختفي الزبائن هكذاً رغم أن اليوم الخميس عادة ما تتضاعف فيه الزبائن، ولكن جاءت الرياح بما لا تشتهي السف.. وانخفض الإيراد بنسبة ٦٠% على الأقل.

ويوضح رشدي عبد الحفيظ – شيف بإحدى الكافيتريات – أن الزبائن الذين حضروا أغلبهم من الشباب معتادي السهر، أما كبار السن والعائلات فلم يأت أحد.. فالجميع يخشى من تقلبات الطقس.

أما سامح منير –عامل بإحدى الكافيتريات– فقال إن اختفاء الزبائن أدى إلى انخفاض البقشيش تماماً، ولهذا ضاع هذا اليوم الذي ننتظره أسبوعياً خاصة أن الجميع يفضل السهر ليلة الجمعة.

ويؤكد محمد إسماعيل محمد –شيف بكافيتريا نادي الفنون– إن مباريات كأس الأمم الإفريقية ساهمت نوعاً ما في حضور عدد من الزبائن من هواة الشيشة لمشاهدة المباريات في المقهى، ولكن الشغل لم يكن مثل أي يوم، حيث فضل الجميع الجلوس داخل المقهى للابتعاد عن المطر والبرد الشديد.

على الجانب الآخر انخفضت إيرادات دور العرض السينمائي وامتنع المشاهدون عن الإقبال على دور السينما وفضلوا التواجد بمنازلهم حماية من البرد القارس والممطر.

يقول حمدي أبو المجد مدير سينما كايرو والتي يعرض بها فيلم "بونو بونو" بطولة نادية الجندي وياسر جلال ومحمد مختار وعزت أبو عوف، أن الإيراد ضعيف طوال اليوم، فالجو أثر بشكل كبير جداً على المشاهدين).

فالخبر مركب لأنه روى أكثر من واقعة تتعلق بحالة الجو منها:

١- حالة البيات الشتوي في القاهرة والمحافظات.

٢- السينما والمطاعم والمقاهي تبحث عن رواد.

٣- أن الجو لن يتحسن قبل الاثنين القادم.

٤- أن درجات الحرارة ستكون ٦ درجات بإذن الله.

[٣] القصة الخبرية:

وهي التي تصاغ في شكل قصة لها مقدمة وصراع وعقدة وحل ونهاية. والقصة الإخبارية لها بداية تعلن وتظهر الموضوع، وجسم يشرح ويوضح الموضوع.

والقصة الإخبارية تتطلب[٢١]:

مقدمة

مادة شرح وتوضيح وتقوية.

خلفية (إذا ما كان ذلك ضرورياً).

مادة ثانوية في حالة توفرها.

مثال للقصة الخبرية:

(عاد الزوج الموظف بمصلحة السكة الحديد إلى بيته بعد أن قضى يوماً طويلاً في عمله بسبب مضايقة رئيسه في العمل لم تمهله زوجته الثرثارة جداً حتى يستريح لكنها طلبت منه ٥٠٠ جنيه لشراء خروف العيد لأن كل الجيران قد اشتروا .. ضحك الزوج من أعماقه رغم تعبه وقال لها: ربنا يفرجها.. نشبت مشاجرة حامية الوطيس بين الزوجين انتهت بأن دخلت الزوجة إلى المطبخ، وأشعلت النيران في نفسها فلقيت مصرعها على الفور، انتقل إلى مكان الحادث العقيد حسن محمود مأمور قسم شرطة السيدة زينب. وتبين من التحقيقات أو الزوج كان دائم الخلاف مع زوجته).

في هذه القصة الخبرية ذات العنصر الواحد تم إطلاع القارئ على الحقائق الأساسية ليتعرف على الحدث:

- ماذا حدث؟ انتحرت سيدة.
- أين حدث؟ في حي السيدة زينب.
- متى حدث؟ في وقت متأخر.
- لماذا حدث؟ بسبب الخلاف على خروف العيد.


معايير نشر الأخبار
في الصحافة

ولعل السؤال الذي يطرح نفسه: ما أهم السمات الخاصة بالخبر الصحفي؟ وما أهم المعايير التي تتحقق معها صلاحية الخبر للنشر، وتجعله موضوع اختيار الصحيفة له، أو إبرازها له دون ما عداه من الأخبار؟

لا جدال أن هناك العديد من المعايير التي تتحقق معها صلاحية الخبر للنشر من عدمه: وهذه المعايير نوعان:

١- معايير خاصة بالخبر.

٢- معايير خاصة بالصحيفة منها: نوعية الصحيفة، ودوريتها، وانتماءاتها وسياستها التحريرية(٢٢).

ويمكن إجمال أهم خصائص الخبر الصحفي أو أهم المعايير التي تتحقق معها صلاحية الخبر للنشر فيما يلي:

[١] الحالية أو الحداثة:

وتعني ضرورة أن يكون الخبر جديداً، وحديثاً، وحالياً، ولعل من أبلغ التعبيرات التي تفصح عن أهمية الحداثة والحالية ما يقوله علماء الصحافة: بأن الخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف، بمجرد مرور أدنى مدة زمنية على وقوعه، أو المثل الشائع القائل: ليس هناك أقدم من صحيفة الأمس(٢) والحالية تعني أيضاً أن يكون الخبر متزامناً مع وقوع الحدث –أو على الأقل- فور وقوعه، فالصحيفة في سباق مع الصحف الأخرى والوسائل الاتصالية غير المطبوعة من راديو وتليفزيون .. فقد يحصل صحفي من مصادر على خبر ما وعند إعداده للنشر يفاجأ به منشور في صحيفة أخرى غير صحيفته، وهذا ما يطلق عليه "خرق الخبر" ويكون على الصحفي –حينئذ- أن يبحث عن زوايا جديدة تبرر نشر الخبر الذي سبقت به الصحيفة الأخرى(٢٣).

(أن الزمن أو الوقت له دوره وبعده المؤثر على عناصر الخبر في مجموعها إذ أن جوهر العملية الإعلامية الإخبارية في حد ذاتها الحصول على الجديد وتحقيق ما يعرف اصطلاحاً في هذا المجال بالسبق الصحفي) (٢٤).

[٢] الصدق والموضوعية:

مصداقية الخبر تمثل صفة جوهرية من أهم خصائص الخبر الصحفي، ومن وجهة الواقع العملي، فإن كلا من مواصفات الصدق والأمانة في نشر الخبر تثير فكرة المعايير الأخلاقية للمهنة أو ميثاق شرف العمل الصحفي.

ويجب على الصحفي أن يتأكد من صدق الخبر وتحري الدقة في استقائه من المصادر الموثوق بها، والالتزام في عرضه -بعد ذلك- بالجدية والموضوعية، إذ أنه في حالة تهاون صحيفة فرضنا في التحقيق من تلك المتطلبات فإن مكانتها سوف تهتز في أعين القراء فيما لو كان الخبر غير صادق.

أما الموضوعية في الخبر فنعني بها وجوب عدم تحريف الخبر أو إجراء أي تغيير عليه قد تميله الميول أو النزعات الشخصية، أي أنه يلزم التخلي عن الأهواء والأغراض الخاصة، وكل ما يتعارض والتناول الموضوعي لمضمون الخبر بحياد تام[٢٥].

[٣] القرب:

هناك قاعدة صحفية تقول: كلما كان الخبر واقعاً -جغرافياً- في محيط القارئ، كان ذلك أدعى لزيادة الاهتمام به، فالقارئ يهتم بالأشياء المحيطة به أكثر من التي تقع بعيداً عنه.

ولنضرب مثالاً يوضح أهمية معيار القرب في نشر الأخبار الصحفية:

مكسيكو سيتي: قتل ٢٠٠ شخص نتيجة هزة أرضية عنيفة.

القاهرة: قتل شخصان في انفجار ماسورة مياه بميدان العتبة.

ما الخبر الذي ستبدأ بقراءته؟

إذا كان انفجار ماسورة المياه في الحي الذي تسكنه أو حتى الشارع الذي تقيم فيه.. غالباً ستتوجه إلى مكان الحادث لتشاهد بنفسك الحادث على الطبيعة، وهذا يعني اهتمامك الكبير بالحدث. فكلما اقترب مكان الحادث، كلما زادت درجة الأهمية به.

وعلى العكس من ذلك، ومع أن ضحايا زلزال مكسيكو سيتي أكبر بكثير من ضحايا الماسورة، إلا أنه لا يشعرك بنفس المشاعر تجاههم، فالأمر يتعلق بمجهولين، بالنسبة للقارئ في القاهرة.

والقرب يعد واحداً من العوامل الأكيدة في تقرير أهمية الخبر(٢٦). ومعيار القرب ليس فقط القرب السكاني أو الجغرافي، ولكنه يعني أيضاً القرب الاجتماعي والنفسي.

على سبيل المثال: نشرت صحيفة الكورة والملاعب الخبر التالي:

علاج مرادونا .. من الإدمان

يعالج حالياً ديجو مارادونا نجم الكرة العالمي في إحدى المصحات بالأرجنتين حيث ثبت أنه يعاني من الإدمان.

وصرح ديس روز الطبيب المعالج لمارادونا بأنه ربما يمكث في المستشفى شهرين، وأنه يرقد حالياً في غرفة العناية المركزة، وأن الإدمان أثر على وظائف الكبد، لاشك أن هواة كرة القدم من العرب سيجدون أنفسهم مهتمين بالخبر أكثر من القراء الذين لا علاقة لهم بكرة القدم داخل الأرجنتين.

وهناك قرب جغرافي، وقرب نفسي.. وقرب اجتماعي، فنشر خبر عن المسلمين في الولايات المتحدة يثير اهتمامنا في القاهرة رغم بعد المسافة ونشر خبر عن جروزني عاصمة الشيطان وظروف الحرب الدائرة هناك مع القوات الروسية يثير اهتمامنا في القاهرة بشكل كبير.

ويجب أن تعرف أن البعد الجغرافي تختصره عوامل أخرى تثير اهتمام الجمهور بالأحداث البعيدة.

فعند إقامة مباريات كأس الأمم الإفريقية.. نجد اهتمام الجمهور المصري بكل أحداث وفعاليات البطولة ولكن هذا الاهتمام يتزايد بشكل أكبر إذا كانت إحدى الفرق العربية تشارك في الأدوار النهائية.

[٤] الأهمية:

وأهمية الخبر تعني بوضوح أن يقع في دائرة اهتمام القراء لما يمثله من إيجابيات أو سلبيات، وبمعنى آخر أن يكون الخبر في بؤرة اهتمام الناس، وترتفع قيمة الخبر كلما زادت نسبة اهتمام القراء به نتيجة لما يترتب عليه من آثار اقتصادية نفسية أو اجتماعية، فخبر عن ارتفاع سعر أدوية مرضى السكر مثلاً يهم كل مرضى السكر، وخبر زيادة الضرائب يهم كل أبناء الشعب، وخبر عن صرف منحة أو علاوة لموظفي الدولة فيستحق النشر في صدر الصحيفة، بل رما ترتفع قيمته ليكون العنوان الرئيسي لها "المانشيت".

[٥] الحجم أو الضخامة:

فكلما ازداد عدد الذين يهمهم الخبر ارتفعت قيمته، وتقدم على غيره من الأخبار الأخرى في النشر، فالخبر الضخم هو الذي يدخل دائرة اهتمام أكبر عدد من الناس[٢٧].

على سبيل المثال لو أن حادثاً راح ضحيته شخص واحد، هو حادث عادي يحدث كثيراً، أما لو راح ضحية هذا الحادث نفسه عدد كبير من الناس لأصبح خبراً يستحق النشر.. ولو اجتمعت الشهرة مع الضخامة لازداد قيمة الخبر أكثر وأكثر.

[٦] الصراع:

وعنصر الصراع حينما يوجد في الخبر فإنه يعطيه نوعاً من الجاذبية، ويجب أن تعرف أن كل مجتمع مليء بشتى أنواع الصراع، ومعظم هذه الصراعات لها أهمية إخبارية؛ لأن كل صراع فعلي إنما يمثل تعديلاً ظاهرياً لوضع قائم، والصراع يؤدي في شكله المادي إلى إحداث فعل ورد فعل.

والصراع الذي تهتم به وسائل الإعلام هو ذلك النوع من الصراع الذي تمتلئ به محاكم الأحوال الشخصية ومراكز الشرطة والمستشفيات والمجالس النيابية، هذه الصراعات هي الغذاء اليومي لوسائل الإعلام.

على سبيل المثال:

- صراع بين رجلين يتنافسان على وظيفة .. على امرأة.. على ثروة.
- صراع بين الشرطة والمجرمين.
- صراع بين الأحزاب السياسية حول القضايا العامة.
- صراع بين المحامي وممثلي الادعاء في المحاكم.

[٧] الشهرة:

يقول علماء الصحافة: إن الأسماء تصنع الأخبار والأسماء المشهورة تصنع الأخبار الهامة.

ونحن لا نوافق على هذه المقول، ونضع عليها تحفظاً هاماً، وهو أن الأسماء وحدها لا تكفي لأن تكون خبراً مهماً كانت شهرتها، ولكن لابد أن يرتبط الاسم بفعل أو حدث ما حتى يوجد الخبر.

على سبيل المثال لو نشرت صحيفة خبراً يقول:

لازال الممثل الشهير م.ي يقيم في المنزل رقم ٤٠١ بشارع النيل بالعجوزة.

هذا الخبر لن يجد من ينشره، وحتى إذا نشر فلن يقرأه أحد، لابد للرجل المشهور أن يفعل شيئاً، أو يحدث له شيء كأن يرزق بطفل، يتزوج .. يتورط في مشكلة.. هنا تصبح لهذه الأسماء قيمة، وتزداد هذه القيمة كلما زادت شهرة الاسم وزادت أهميته في المجتمع.

والشهرة لا تقتصر على الأشخاص أو الجماعات فقط، بل تمتد إلى الأماكن المشهورة مثل "آثار الكرنك" أو الأهرام في مصر.. أو المسجد الحرام في مكة المكرمة، أو المسجد النبوي في المدينة أو المسجد الأقصى في القدس.. وهكذا.

على سبيل المثال:

سرقة لوحة فنية من أحد المتاحف يمكن أن يكون خبراً، ولكن إذا كانت هذه اللوحة هي الموناليزا الشهيرة، فلاشك سيكون للخبر قيمة أخرى. وسيكون الاهتمام به على المستوى العالمي.

[٨] الحب والجنس:

ينظر بعض علماء الصحافة في العالم الغربي للجنس كقيمة إخبارية، وعنصر يضفي الأهمية على الخبر، ويقولون: إنه أكثر جاذبية وأشد إثارة(٢٨).

ولكننا هنا في المجتمعات العربية لدينا قيم وعادات وتقاليد تحرم التوسع في نشر هذه الموضوعات لأنها تؤدي إلى الانحلال وضياع قيم المجتمع. وتعد نوعاً من نشر الفاحشة التي حذرنا الله منها في كتابه فقال: **﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾**[النور:١٩].

أمثلة على معيار الحب والجنس:

- ابنة أوناسيس تقع في حب شاب روسي.
- الأميرة ديانا .. تتزوج منه مصري.
- كهل فئي التسعين يتزوج من فتاة في الخامسة عشرة.
- ستة شبان يغتصبون فتاة ويعتدون على خطيبها بالضرب.

وفي رأينا فإنه يجب التقليل من نشر هذه الأخبار، لأننا نعيش في دولة نامية، ونحتاج إلى كل مكان في الصحيفة لتقديم موضوعات تساهم في تحقيق خطة التنمية بمفهومها الشامل(٢٩).

[٩] الغرابة:

ونعني بها الأخبار عن الوقائع والحوادث غير المألوفة في الحياة، مثال ذلك:

- اكتشاف ثروة هائلة لأحد المتسولين!!
- وطار النعش بالمرحوم!!
- بطل سباحة يغرق في البانيو!!
- تليفون رئيس هيئة الاتصالات معطل من أسبوع!!

هذه الأخبار يمكن أن تثير اهتمام القارئ لما فيها من غرابة وشذوذ عن المألوف، والغرابة لا تعني أبداً أن تلهث بعض الصحف وراء كل ما هو غريب

وطريف لتقديمه في ثوب من الإثارة تحريرياً .إخراجياً. فالصحافة مطالبة بالعمل على حماية قيم المجتمع وتقليده).

والغرابة لا تعني السخرية وإثارة الضحك، ولكنها يمكن أن تكون أحداثاً جادة للغاية، ولكن أسلوب حدوثها فيه خروج عن المألوف.

مثال ذلك:

نشرت إحدى الصحف الألمانية خبراً بعنوان:

مقتل مليونير بطلق ناري من كلبه

حينما تقرأ هذا الخبر، تتذكر على الفور -القول المشهور- الخبر هو أن يعض رجل كلباً، فالمألوف أن يطلق رجل النار على كلب، ولكن من غير المألوف أن يحدث العكس، ولكن التفاصيل تقول:

وقع الحادث عندما جلس المليونير أثناء رحلة للصيد على الأرض بجانب سيارته المرسيدس لاستبدال حذائه المتسخ بالوحل بحذاء آخر قبل ركوب السيارة والعودة إلى المدينة.

كان المليونير قد وضع بندقيته المحشوة بالذخيرة على المقعد الخلفي للسيارة دون أن يقوم بتأمينها، وعندما أراد الكلب الدخول للسيارة قفز إلى المقعد الخلفي فلمست رجله الزناد، وانطلقت الرصاصة من البندقية لتصيب المليونير عن قرب إصابة مباشرة في القلب أدت إلى مصرعه على الفور.

وتتسم الأخبار الغريبة والطريفة بأنها ذات جذب جماهيري خاص.. مثلاً خبر عن زفاف عروسين في قاع المحيط.. أو في مترو الأنفاق، أو خبر عن زفاف عروسين في الفضاء.. تجدها تجذب الجماهير.. لأنها خرجت عن المألوف وهكذا.

[١٠] الجوانب الإنسانية:

والمقصود هنا مخاطبة عواطف القراء لأحداث رد فعل (مع أو ضد) الحادث أو الجو الذي نشرته الصحيفة.

وإذا أردت استكمال الخبر السابق والخاص بقتل كلب لصاحبه المليونير لتعطي مثالاً عن الجانب العاطفي أو الإنساني للأخبار.

اقرأ ما نشرته الصحيفة الألمانية:

لقد ظل الكلب أكثر من ١٢ ساعة يحوم حول جثة صاحبه وهو يعوي من الألم.. قبل أن يتم اكتشاف الحادث، ورغم محاولة زوجة المليونير تهدئة الكلب إلا أنه امتنع عن الطعام لمدة ثلاثة أيام، ثم اختفى لتظهر جثته في إحدى البحيرات القريبة بعد ذلك!!

مثال آخر: مصرع عروسين.. في حادث سيارة ليلة الزفاف:

والأخبار الإنسانية تعمل على إثارة العواطف الإنسانية لدى القارئ سواء بإثارة عاطفة الحب أو الكراهة والشفقة والخوف.

فالعنصر الإنساني أو ما نسميه بالخلفيات العاطفية تعطي قيمة وتأثير للأخبار وتناول الصحافة لقصة طفل ضائع بين الأنقاض بعد أن فقد أسرته نتيجة للقصف الإسرائيلي للجنوب اللبناني.. يمكن أن يعطي تأثيراً أقوى من عشرات المقالات التي تعالج وحشية العدوان الإسرائيلي، فكثير من الناس سيتابعون أخبار الطفل ويحاولون التعرف على مصيره.

وهناك عناصر ومعايير أخرى، يرى بعض أساتذة الإعلام أن وجودها يرفع من قيمة الخبر، منها:

١- الغموض ٢- التسلية ٣- المناخ

٤- الصحة ٥- سياسة الصحيفة ٦- الأخلاق العامة

وهناك معايير تتعلق بالصحيفة منها[٣٠]:

دوريتها وانتماءاتها وسياساتها التحريرية، ويبقى في النهاية أن تؤكد أن جواز مرور نشر الأخبار يجب أن يكون مخالفتها أو تعارضها -بأية درجة- مع معتقدات المجتمع وقيمه وثقافته.


سمات لغة
الخبر الصحفي

ماذا نقصد بلغة الخبر الصحفي:

هل للخبر لغة تختلف عن الكتابة شكل عام؟ وهل تختلف لغة الخبر عن اللغة المستخدمة في الأشكال الصحفية الأخرى؟

إن الصحافة تتوجه إلى جمهور عام غير متجانس، تتنوع مستوياته التعليمية والثقافية، واهتماماته. صحيفة تهدف للوصول إلى كل من يستطيع القراءة والكتابة، لذلك كان لابد من لغة خاصة للصحيفة يفهمها القارئ العادي.

إن لغة الخبر تختلف بشكل أساسي عن غيرها من الأشكال الصحفية الأخرى.. إنها لغة وظيفية أي أنها يجب أن تطوع لخدمة الهدف الذي يرمي إليه الخبر، وهو توجيه القراء ومخاطبة عقولهم والاهتمام بمصالحهم[٣١].

كما أن لغة الخبر تستغني بشكل كامل عن الجمال الذاتي لمفردات والتراكيب اللغوية، ويصبح هدفها الأساسي وصف الأحداث ونقل الواقع بأكبر قدر ممكن من الدقة والوضوح[٣٢].

ويمكن تحديد أهم سمات لغة الخبر الصحفي فيما يلي:

[١] الوضوح:

ونعني بالوضوح هنا تجنب الغموض سواء في الألفاظ المستخدمة أو في عملية تركيب هذه الألفاظ في شكل جمل وعبارات وفقرات، ومهمة الصحفي الذي يكتب الخبر أن يبسط الحدث، ويستخدم المفردات الواضحة المفهومة لأكبر قدر من الناس.

والقاعدة تقول: حدثوا الناس بما يعرفون، والصحفي الذي يستخدم في أخباره كلمات متقعرة يصعب على الناس فهمها، فإنه لن يحقق هدفه من نشر الخبر، لأن الصحافة -كما قلنا سابقاً- تتوجه إلى جمهور متعدد الثقافات، فيجب أن تكون الألفاظ واضحة.

على سبيل المثال تقول: كتب التراث أن رجلاً كانت أمه مريضة، فكتب ورقة وعلقها على باب المسجد طالباً من الناس الدعاء لأمه، فقال: صين أمري ورعي، دعا لامرأة انقحلة مقسئنة أصيبت بالطرموق، فأصابها من أجله لاستعصال، فادع

الله أن يمن عليها بالاطرغشاش والابرغشاش، وهنا نجد أن الرجل استخدم ألفاظاً وحشية مهجورة لا يفهمها الناس، ولذلك فإن كل من قرأ الورقة لعنه ولعن أمه، ودعا عليه ودعا على أمه.

وتحتاج مهمة تبسيط الخبر إلى مهارات خاصة لابد أن يتم تنميتها من خلال التعليم والتدريب، كما تحتاج إلى أن يكون الصحفي نفسه قادراً على فهم الحدث بكل ما يحيط به من غموض، وفي هذه الحال، فإنه يكون أكثر قدرة على القيام بعملية تصوير هذا الحدث بلغة مفهومة وواضحة للجمهور العام.

إن واجب الصحفي أن يستخدم ألفاظاً واضحة الدلالة: أو كما يقول ابن الأثير: إن تكون الألفاظ المستعملة مسبوكة سبكاً غريباً، يظن السامع أنها غير ما في أيدي الناس، وهي مما في أيدي الناس، كما ينبه ياقوت الحموي إلى ضرورة أن يُحمل الكلام على وجه واحد.

والخلاصة أن الغرابة في الألفاظ تؤدي إلى الغرابة في المعنى، وأن القلوب والعقول تنجذبان إلى المألوف البسيط من الألفاظ.

[٢] الإيجاز:

إن لغة الخبر الصحفي هي لغة ذات طبيعة خاصة، فالأخبار تزدحم بها صفحات الصحف، وتتنافس الأخبار على الحصول على مساحات من الصحف للظهور فيها والأهمية النسبية ومعايير انتقاء ونشر الأخبار تلعب دورها في تقرير ما ينشر وما لا ينشر على صفحات الصحف والمساحات التي تحتلها.

ومن هنا فإن ما يمكن التعبير عنه ونقله من حقائق في سطر واحد لا يجب أن يحتل سطرين، فهي لغة موجزة ومختصرة تؤثر في التعبير المباشر عن حقائق الحدث.

ولكن يجب ألا يؤدي هذا الإيحاء إلى تشويه الحدث أو بعض جوانبه، وهو ما يعني أن عملية نقل الأخبار هي عملية تشويه للواقع وليست نقلاً أميناً لجوانب الحدث المختلفة.

ومن هنا ينصح علماء الصحافة بضرورة أن يكون هناك توازن بين الإيجاز في نقل حقائق الحدث والتعبير عنها، وبين الأمانة في النقل والتصوير الصحيح للواقع.

[٣] السرعة:

نعيش الآن عصر السماوات المفتوحة، حيث تحول العالم إلى قرية صغيرة يعرف القاصي فيها أخبار الداني، خاصة بعد ثورة الاتصالات التي يشهدها العالم حالياً..

ونظراً لأن الأخبار هي أكثر السلع المعرضة للبوار بمجرد معرفتها، فإنه يجب على الصحفي استخدام الجمل القصيرة ذات الإيقاع السريع، ولا شك أن لهذا النوع من الجمل موسيقاه الخاصة وجاذبيته، كما انه يتناسب مع الإيقاع السريع للعصر.

وعلماء اللغة يقولون: يجب الابتعاد قدر المستطاع عن العبارة الطويلة واستخدام العبارة القصيرة التي توصلك بسرعة على المعنى المراد لأنه أحسن الكلام القليل الذي يغنيك عن الكثير، وتأكد أن صناعة الكلام آلة العلم ومعياره، وقديماً قالوا: خير الكلام ما قل ودل[٣٣].

[٤] الدقة:

واجب الصحفي أن يكون دقيقاً في استخدام الكلمات وتركيبها، بحيث تصور الحدث بشكل أقرب إلى الواقع، ويجب على الصحفي أن يعرف أن الكلمة التي يحتاج إليها حين كتابة الحدث هي التي تعطي معنى محدداً، لا يختلف الأفراد في فهم دلالته، خاصة إذا علمنا أن الكلمة رمز يستخدم للتعبير عن المعنى، وهذا المعنى يجب أن يكون محدداً في ذهن الصحفي أولاً حتى يستطيع اختيار المفردة اللغوية القادرة على التعبير عنه، كما يجب على الصحفي أن يفهم الحدث فهماً دقيقاً حتى يستطيع تركيب هذه الكلمات المعبرة عن المعاني المقصودة في شكل عبارات دقيقة معبرة بدورها عن معنى الحدث وقادرة على تصويره.

ويرى بعض باحثين الصحافة أن الدقة في عملية تصنيع الأخبار مازالت بعيدة المنال، فاستقراء الواقع يؤكد غياب هذه السمة في لغة كتابة الخبر، فاستخدام المفردات اللغوية والمصطلحات يحمل في الكثير من الأحيان إيحاءات ودلالات لا تصور الحدث ذاته، بقدر ما تصور ما يريد الصحفي تصويره.. وتتناقص الدقة في كتابة الأخبار كلما تزايد عدد البوابات التي يمر بها الحدث حتى يصل للنشر على صفحات الصحيفة، فلاشك أن كل حارس بوابة يمكن أن يقوم بإجراء تعديلات على كتابة الخبر، وهو ما يؤدي إلى أن يكون المنتج النهائي وهو الخبر المنشور على صفحات الصحف أقل دقة في توصيف وتصوير الواقع.

ويضاف إلى ذلك أن الأخبار التي تبثها وكالات الأنباء تتعرض لأكبر قدر من التحريف وانعدام الدقة في تصوير الأحداث نتيجة المرور بعد أكبر من البوابات، بالإضافة على أن هذه الوكالات تعبر في النهاية عن مصالح العالم الغربي وأيديولوجيته الرأسمالية، كما أن عملية الترجمة عادة ما تفتقد الدقة، وتتسع الهوة بين الحدث نفسه والكلمات المعبرة عنه، ثم بين الواقع وبين العبارات الفقرات المنشرة على صفحات الصحف(٣٤).

ومع ذلك تظل الدقة هدفاً لابد أن يسعى الصحفي لتحقيقه في كتابته للأخبار وتصويره للواقع، فلاشك أن هذه الدقة في التعبير والتصوير تزيد من مصداقية الصحيفة وثقة القارئ فيها.

[٥] استخدام الفعل المضارع:

ذلك أن استخدام الفعل الماضي بالرغم من انه أكثر دقة في الكثير من الأحيان، لا يوحي بحالية الخبر وجديته، بل يمكن أن يعطي انطباعاً بأن الحدث قديم قد مرة عليه وقت طال أو قصر، بينما يوحي الفعل المضارع بحالية الحدث واستمراريته، وإذا كن منا لأفضل استخدام الفعل المضارع في كتابة متن الخبر فإنه يفضل بشكل أكبر استخدامه في عناوين الأخبار.

ولكن مع ذلك فإن استخدام الفعل المضارع يمكن أن يعتبر عملية خداع للقارئ خاصة إذا ما كان الحدث قد انتهى بالفعل، ومرت فترة زمنية كافية على انتهائه، وفي هذه الحالة فإن استخدام حتى في العناوين هو عملية تضليل للقارئ.

لذلك فإن استخدام الفعل المضارع يجب أن يكون في كتابة الأحداث المستمرة أو التغطية التمهيدية للأخبار المستقبلية.

[٦] استخدام المبني للمعلوم:

أجريت دراسات تجريبية على عينة من الجمهور للتعرف على مدى قدرتها على فهم الأخبار، وقد أثبتت هذه الدراسات أن التركيز على تصوير العلاقات السببية يؤدي على مزيد من فهم الجمهور للحدث، وعلى ذلك فإن استخدام الجمل المبنية للمعلوم والتي تحدد الفاعل أو المشاركين في صنع الأحداث، وتجنب الجمل المبنية للمجهول، ضرورة لفهم الجمهور للأحداث.

مع ذلك فإنه من الصعب أحياناً تحديد الفاعل أو الأسباب الحقيقية للحدث، وهو ما يؤدي إلى عدم وضوح العلاقة السببية في كتابة الخبر.

[٧] الابتعاد عن ألفاظ المبالغة والتهويل:

إن الأحداث يجب أن يتم تصويرها داخل إطارها الواقعي دون تهويل أو مبالغة، فالمبالغة عبارة عن عملية تصوير الواقع تؤدي إلى تشويه هذا الواقع، وإلى تضليل الجمهور، ولا شك أن عملية المبالغة هذه تتم داخل إطار اللغة، فالمفردات المستخدمة قد تكون مسئولة في كثير من الأحيان عن الكثير منا لمبالغة في إعطاء صفات للأشخاص أو الأحداث.

ويأتي أفعل التفضيل على رأس قائمة الألفاظ التي تؤدي إلى المبالغة في عملية تصوير الواقع، وقد تكون المصادر في كثير من الأحيان مسئولة عن المبالغة أو التهويل، وتقتضي الدقة نقل تصريحات المصادر كما هي، لكن عند قيام الصحفي نفسه بعملية تصوير الحدث والتعبير عنه فإنه ينبغي تجنب استخدام أية ألفاظ تصور الواقع بشكل مبالغ فيه[٣٥].


كيف تكتب
الخبر الصحفي

وضع علماء الصحافة عدداً من القوالب الفنية لكتابة الخبر منها[٣٦]:

أولاً: قالب الهرم المقلوب:

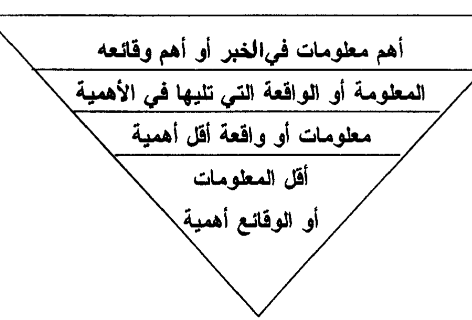
وهذا القالب الفني يقوم على تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم مقلوباً. حيث تأتي قاعدة الهرم وهي أهم مكوناته المعمارية في البداية، وتتضمن أهم حقائق الخبر، وتتوالى الحقائق طبقاً لأهميتها حتى تصل على أقل الحقائق أهمية في قمة الهرم.

أي أن المعلومات في هذا الشكل ترتب بشكل تنازلي، فالأهم يأتي أولاً ثم المهم فالأقل أهمية، ولقد أصبح السيادة في كتابة الأخبار لهذا الشكل على مستوى العالم .. وعادة ما يتم تبرير الاعتماد المكثف على هذا الشكل بأنه أقدر على جذب اهتمام الجمهور وانتباههن وأنه أكثر تشويقاً. لكن هناك الكثير من الأدلة التي تؤكد أن جذب اهتمام القارئ وتشويقه لم يكن السبب الأساسي لابتكار هذا الشكل أو الاعتماد المكثف عليه.

فهناك من يرى أن السبب الحقيقي للاعتماد على هذا الشكل هو سبب ميكانيكي بحت، حيث تكتب الأخبار بهذه الطريقة حتى يمكن حذف أي جزء من نهاية الخبر إذا ما كانت هناك حاجة لذلك دون أن يخل هذا الحذف بالسياق العام للخبر أو يؤدي على التضحية بالحقائق المهمة فيه.

ويرى د. سليمان صالح في كتابه: "صانع الأخبار في العالم" إن قالب الهرم المقلوب هو أكثر ملاءمة للأخبار السياسية والاقتصادية، وهو أيضاً أكثر ملاءمة للأخبار البسيطة والقصيرة، فهو يقدم المعلومات للقارئ بأقل جهد وبسرعة كبيرة.

وفي هذا القالب يمكن أن نميز استخدامه في كتابة الخبر البسيط القصير الذي يتضمن القليل من المعلومات حول حدث واحد، ففي هذه الحالة فإن هذا الخبر لا يحتاج إلى مقدمة، بل يمكن كتابته باستخدام الشكل التالي:



ويعتبر هذا الشكل أبسط أشكال الكتابة الصحفية وأسرعها وأكثرها استخداماً في كتابة الأخبار البسيطة القصيرة، وذلك مثل هذا الخبر:

تحطم طائرة أمريكية في كوريا الجنوبية

سول – وكالات الأنبياء:

تحطمت طائرة هليكوبتر أمريكية في كوريا الجنوبية أمس	أهم معلومة في الخبر
وذلك بعد أربعة أيام من إسقاط كوريا الشمالية لطائرة هليكوبتر واسر قائدها	المعلومة التي تليها في الأهمية
وأعلن متحدث عسكري أمريكي في سول أمس أن الطائرة الأمريكية قد تحطمت أثناء قيامها برحلة تدريب عادية بالقرب من قرية تابان الواقعة على بعد ١٢٠ كيلو مترا جنوب غرب عاصمة كوريا الجنوبية.	معلومة أقل اهمية
وأكد المتحدث أن قائدي الطائرة قد قفزا منهما بسلام ولم يلحق بهما أي أذى.	أقل المعلومات أهمية

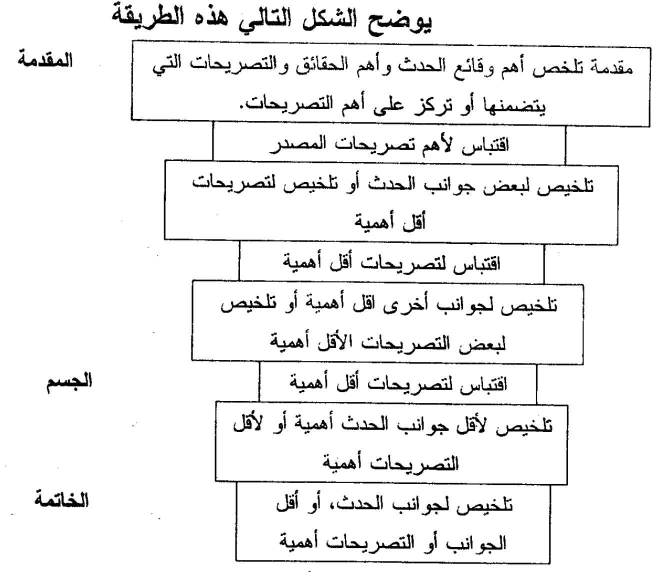
ففي كتابة مثل هذا الخبر البسيط القصير فإن هذا الشكل هو أفضل الأشكال لكتابته.

ثانيا: قالب الهرم المقلوب المتدرج:

هذا القالب أو الشكل الصحفي هو مجرد تطوير للقالب السابق ليناسب الأخبار المركبة الطويلة التي تحتوي على وقائع متعددة، والكثير من التصريحات التي أدلة بها مصدر واحد أو عدد من المصادر، ولذلك فإنه يتم إدخال عدد من المربعات التي توضح وقائع الحدث، وعدد من المستطيلات التي تقدم التصريحات التي أدلت بها المصادر.

وفي هذا الشكل يبدأ المحرر بكتابة مقدمة تلخيص الجوانب المختلفة للحدث، وأهم التصريحات التي جاءت فيه، أو تتضمن أهم التصريحات التي يتضمنها الخبر.

يوضح الشكل التالي هذه الطريقة



ويمكن أن يصور هذا النموذج أسلوب كتابة اخبر بهذا الشكل:

أ- المقدمة:

تسلم الرئيس حسني مبارك رسالة من الملك عبد الله الثاني ملك الأردن تتضمن دعوة الرئيس لحضور القمة الإسلامية التي ستنعقد في عمان يومي

١٣ و ١٤ يناير الحالي. وقام بتسليم الرسالة ألى الرئيس السيد وزير الثقافة الأردني ومبعوث ملك الأردن، والذي زار القاهرة ضمن جولة له في عدد من الدول العربية لتسليم رسائل مماثلة حول الدعوة لحضور القمة.

ب- جسم الخبر:

١- فقرة تتضمن تخليصاً لبعض جوانب أخرى من الحدث وتعمل كفقرة ربط بين الجسم والمقدمة.

وعلم المحرر السياسي للأهرام أن السيد عمرو موسى وزير الخارجية سيجتمع خلال زيارته للأردن غداً بالملك عبد الله الثاني حيث ينقل له رسالة الرئيس حسني مبارك ويبحث معه القضايا التي تتصدر جدول أعمال القمة الإسلامية في إطار التشاور والتنسيق فيما بين الدول العربية داخل القمة، وأخذاً في الاعتبار الاتجاهات السياسية والاقتصادية التي تمت مناقشتها في القمة الاقتصادية الأخيرة بالدار البيضاء، ونتائج هذه القمة بما يحافظ على المصالح العربية والإسلامية يعزز التعاون فيما بينها. كما تتضمن مباحثات وزير الخارجية مع العاهل الأردني مناقشة بعض التطورات الأخيرة على الساحة العربية.

ويسبق انعقاد القمة الإسلامية اجتماعاً لوزراء خارجية الدول الإسلامية بعمان يومي ١١ و١٢ يناير الحالي للاتفاق على جدول الأعمال والتمهيد للقمة.

٢- اقتباس لأهم تصريحات أحد المصادر:

وقد أكد حامد العابد الأمين العام لمنظمة المؤتمر الإسلامي (للأهرام) أن القمة الإسلامية تنعقد وسط ظروف دقيقة تمر بها الأمة الإسلامية وتتصدر جدول أعمالها قضايا بالغة الأهمية وهي قضايا القدس والبوسنة وأفغانستان والصومال على جانب دعم وتعزيز مجالات التعاون بين الدول الإسلامية، وقال: إن القمة سيشارك فيها ٥١ من قادة الدول الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي وسيرأس أعمالها العاهل الأردني الملك عبد الله الثاني الذي سيتسلم رئاسة القمة من الرئيس السنغالي عبده ضيوف رئيس القمة الماضية.

٣- تلخيص لجوانب اقل أهمية من الحدث:

وقد جاءت زيارة المبعوث الأردني لمصر ضمن الاتصالات المكثفة بين البلدين والتي تتمثل في تبادل الزيارات والمبعوثين، وهي تعكس حيوية العلاقات الممتازة والمشاورات المستمرة حول مجمل القضايا محل الاهتمام المشترك سواء مسار السلام في الشرق الأوسط أو الإعداد للقمة الإسلامية.

وقد توجه وزير الثقافة الأردني أمس إلى غزة لمقابلة الرئيس ياسر عرفات لدعوته لحضور القمة الإسلامية للاطلاع على الوضع هناك خاصة في إطار ما تعانيه سلطة الحكم الذاتي من مصاعب اقتصادية والتوتر بين مؤيدي ومعارضي عملية السلام.

٤- اقتباس لتصريحات أقل أهمية:

وقد حذر السيد عمرو موسى أمس من السكون على الوضع المتدهور في غزة، وقال: إن عدم انفجار الوضع على الساحة الفلسطينية يتطلب أولاً تنفيذ إعلان المبادئ الفلسطيني الإسرائيلي تنفيذاً حرفياً. بمعنى أن يتحرك الوضع من غزة أريحاً أولاً إلى إجراء الانتخابات في مجمل الضفة وغزة، وأن يسبق إجراء الانتخابات إعادة توزيع القوات الإسرائيلية أو خروجها من المدن الفلسطينية على أن يتم ذلك سريعاً، وأوضح أن الوضع يتطلب أيضاً معاونة السلطة الفلسطينية وأن تسارع الدول المانحة بتحويل ما تعهدت به حتى يمكن تنفيذ مشروعات التنمية.

وقال وزير الخارجية: إنه يجب ممن ناحية ثالثة تغيير طريقة التعامل بين السلطة الإسرائيلية في المناطق المحتلة وبين الفلسطينيين ومساعدة السلطة الوطنية الفلسطينية لان عدم مساعدتها سيؤدي إلى كارثة تحل بالمنطقة وما حوليها.

العلاقات بين البلدين تقوم في إطار الشرعية الدولية والإقليمية موضحاً أن ليبيا بلد عربي وجار وهناك مصالح مشتركة، لذلك فإن العلاقة بين البلدين تتخذ وضعاً معيناً. وأكد أن مصر دولة عربية تتعاون مع كل الدول العربية وخصوصاً دول الجوار.

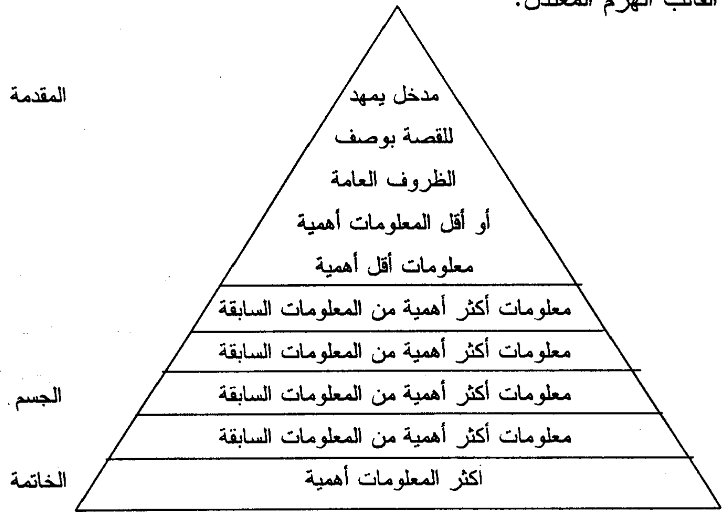
ويوضح هذا النموذج أن هذا القالب يتيح لمحرر فرصة اكبر للإبداع نتيجة عملية الانتقال بين تخليص جوانب الحدث أو تصريحات المصادر أو الاقتباس من كلام هذه المصادر.

ثالثاً: القالب الروائي أو قالب القصة الإنسانية:

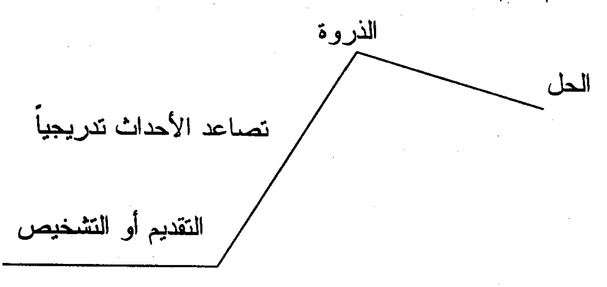
وهو أكثر القوالب الصحفية تأثيراً على القراء، وأكثر قدرة على جذب انتباههم من أسلوب الهرم المقلوب، ومع ذلك فإن استخدام الصحافة له نادر على حد كبير، بالإضافة على أنها لا تستخدمه إلا في صياغة أخبار الجريمة.

ولكن هذا القالب يمكن أن يكون مناسباً لكتابة كثير من الأحداث خاصة تلك المتعلقة بالأعمال الفدائية وقصص البطولة وقصص النجاح في الحياة، والكفاح من أجل تحقيق أهداف عظيمة، وقصص التضحية، وأخبار الاكتشافات العلمية والأثرية وغيرها.

وفي هذا القالب يتم استخدام الأسلوب الدرامي القصصي، حيث يقوم المحرر بترتيب وقائع الحدث طبقاً لترتيب وقوعها من الناحية الزمنية ويطلق على هذا القالب الهرم المعتدل.



ويمكن تشبيه عمل المحرر الصحفي في هذه الحالة بعمل الكاتب المسرحي أو الروائي، حيث يبدأ بتعريف القارئ بالشخصيات التي ستلعب دوراً على مسرح الأحداث، ويطلق على هذه المرحلة التقديم أو التشخيص، ثم يتصاعد بالأحداث حتى يصل على الذروة، ثم يقدم الحل، ويمكن أن يوضح ذلك الشكل التالي:



ويمكن أن يتوقف المحرر عند مرحلة الذروة ولا يقدم حلاً للمشكلة، ولكن هذا الشكل أيضاً يمكن أن يكون له بعض السلبيات، ذلك أنه يمكن أن يؤدي غلا ما يطلق عليه بعض علماء الإعلام ظاهرة تحويل العالم إلى دراما، ولكن من ناحية أخرى فإن استخدام هذا القالب يمكن أن يكون له نتيجة إيجابية هي الاهتمام بخلفية الحدث أو الجذور التاريخية التي أدت غليه، وهذه المعلومات كثيراً ما يتم التضحية بها عند استخدام قالب الهرم المقلوب:

مثال ذلك:

قصة السيدة التي انتحرت بعد خلاف مع زوجها والتي أشرنا إليها سابقاً.

القواعد الأساسية لكتابة الأخبار الصحفية:

وضع علماء الصحافة قواعد أساسية لصياغة الأخبار منها:

[١] الوضوح:

لا تُقدم على كتابة شيء أي إذا كان مفهوماً بالنسبة لك تماماً، لأن من لا يفهم الشيء لا يستطيع أن يعبر عنه التعبير الصحيح الذي يقنع الغير ممن يقرأون الخبر.

والمهم هو أن يفهم الصحفي أساساً الخبر حتى يستطيع أن يكتبه بشكل جيد للآخرين والمهم أيضاً لكي يكون الخبر الذي يكتبه الصحفي واضحاً فيجب أن يكون في تخصص الصحفي.

[٢] الدقة:

الدقة من الأمور الهامة في صياغة الأخبار، والدقة تعني هنا التحديد وعدم التعميم، فإذا ذكرت رقماً في الخبر، فلابد أن يكون محدداً ودقيقاً.

فلا يكفي أن نقول: وقع الحادث مساء أمس.

ذلك لأن كلمة "المساء" شيء غير محدد أو سيكون وقع الخبر أقوى إذا قلنا (وقع الحادث مساء أمس الساعة العاشرة وثلاثة وثلاثين دقيقة).

مثال آخر: نشرت صحيفة المساء الخبر التالي:

سيتم توسيع جزء من الطريق الصحراوي بين القاهرة والإسكندرية وهذا خبر ليس دقيقاً، والصحيح هو:

(سيتم توسيع ٩٠ كيلو متراً من الطريق الصحراوي القاهرة – الإسكندرية من الكيلو ... وحتى الكيلو ..).

هناك قاعدة يؤكد عليها خبراء الصحافة تقول:

- إن من لا يتأكد من معلومات .. لا يستطيع أن يعبر عن الحقيقة بشكل واضح ومفهوم.
- لا تكتب إلا ما تستطيع إثبات صحته، إما تقديم دليل مكتوب أو بالاعتماد على أكثر من مصدر.

وهناك أسباب تؤدي إلى عدم الدقة في الخبر:

١- بالنسبة للخطأ في الأسماء تحدث نتيجة:

أ- عدم التأكد من الاسم بالالتجاء إلى مصادر غير مؤكدة. وبعيدة الصلة عن الشخص المراد معرفة اسمه.. فالاسم يؤخذ من صاحبه أو مصدر مؤكد، وليس عيباً أن تسأل المصدر حينما تتعامل معه: ما الاسم بالكامل؟ وما الوظيفة بالضبط؟

ب- الخطأ في نقل الأسماء.. ولذلك لابد أن يتأكد الصحفي أكثر من مرة وهو ينقل الاسم من وثيقة أو مذكرة.

ج- الخطأ في سماع الاسم سواء من الأشخاص أو عن طريق التليفون. ولذلك لابد للصحفي أن يطلب من مصدره إعادة ذكر الاسم أو يتهجاه إلى لزم الأمر.

٢- الخطأ في التاريخ:

من الأخطاء الشائعة في كتابة الأخبار ويحدث ذلك الخطأ عادة لعدم لجوء الصحفي إلى المصدر السليم أو لاعتماده على قصاصات صحيفة سابقة تكون قد أخطأت في نشر هذه التواريخ.

٣- الخطأ في الإحصائيات والأرقام:

وهذا الخطأ يرجع على عدم تركيز المحرر وعدم تدوينه للأرقام في حينها كما يرجع إلى الخطأ عند النقل من المكتب أو الملفات بسبب السرعة وعدم التأكد من صحة الأرقام.

يؤدي إلى عدم الدقة في تقديم المعلومات وعلاج ذلك يمكن بإعادة قراءة الخبر بعد كتابته:

٤- فشل المندوب في فهم مضمون ما يقوله المصدر بسبب عدم الاختصاص:

فالصحيفة التي تحترم نفسها يجب أن تؤمن بالتخصص، فلا تجازف بتكليف أي محرر لتغطية حدث خارج مجال تخصصه.

٥- عدم الالتزام بحرفية الكلام الصادر عن المصدر معناه وقوع الصحفي في أخطاء فادحة.

٦- عدم معرفة الصحفي بخلفية الأخبار التي يقوم بتغطيتها:

فإذا كلف الصحفي بتغطية موضوع ما عليه أن يرجع إلى الأرشيف ليتعرف على خلفية الخبر وما سبق أن نشر عنه قبل ذلك.

[٣] توضيح المصطلحات والاختصارات:

إذا لم تكن متأكداً تماماً من أن غالبية القراء لديهم القدرة على فهم المصطلحات أو الاختصارات المستعملة، فلابد أن تبحث عما يقابلها من الكلمات المعروفة .. وإلا فعليك أن تقوم بشرح معنى كل مصطلح أو اختصار تستخدمه.

فمثلاً من الصعب على القارئ العادي أن يتعرف على الفرق بين مصطلحي (الأوبك) و(الأوابك).

الأوبك: تعني منظمة الدول المصدرة للبترول على المستوى العالمي..

أما الأوابك: فعني اختصار يدل على المنظمة الخاصة بالدول العربية المصدرة للبترول.. ومن المصطلحات التي يكثر استخدامها.

الناتو السنتو.. اليونسكو .. عرب سات .. يونيسيف .. وغير ذلك من المصطلحات التي يجد الصحفي نفسه مطالباً بتوضيح معناها على الأقل مرة واحدة في بداية الخبر، أما إذا تكررت فلا مانع من استخدام الاختصار كما هو.

كذلك بالنسبة للأخبار التي تتناول ذكر عملات أجنبية، من الواجب كتابة ما يقابل القيمة بالعمل المحلية حتى يستطيع القارئ معرفة القيمة الفعلية للرقم المذكور.

فإن مبلغ مليون ليرة يختلف في قيمته عن مليون دولار، أو مليون جنيه استرليني أو مليون ين ياباني.

[٤] توضيح خلفية الحدث:

والخلفية يمكن أن تكون اختيار سابق يرى المحرر ضرورة ذكرها على أساس أن معظم القراء قد نسوها وأنهم لن يتفهموا الخبر الجديد إلا إذا ربطوا المعلومات الجديدة بالمعلومات القديمة.

وفي بعض الأحيان تكون الأحداث القديمة عديمة القيمة في حينها، ولكن الأحداث الجديدة تزيد من أهميتها وتعطيها قيمة جديدة.

لا تتردد في تكرار بعض التفاصيل إذا كنت تخشى أن يكون القارئ المستمع قد نسي تلك التفاصيل التي تساعده على تتبع أحداث الخبر.

[٥] إظهار العلاقات بين الأحداث:

إن إظهار العلاقة بين الأحداث تصبح ضرورية في بعض الأحيان فهي لا تعتبر تعليقاً على الخبر، ولكن هي كشف لما يربط الأحداث بعضها ببعض. فالأرقام تصبح بلا قيمة ما لم توضع في مجال المقارنة.. فإذا قلناك بلغ الإنتاج السنوي مليون طن هذا العام، لا شك أن الخبر سيظل ناقصاً. لابد أن نضيف إليه ما يوضح ما إذا كان هذا الإنتاج بالزيادة أو النقص مقارنة مع إنتاج العام السابق أو ما هو مخطط له في العام المقبل.

[٦] البحث عن الكلمة المناسبة:

هناك بعض الناس ينبهرون بالألفاظ الرنانة.. فإذا ما وقع حاد، جرح فيه خمسة أراد فهو (مأساة)، وإذا تأخرت عربة جمع القمامة فهي (أزمة). كما يحلو للبعض استخدام الصيغ المحفوظة: (انفجار الأسعار) ولابد أيضاً من الابتعاد بقدر الإمكان عن استعمال الكلمات الأجنبية ومحاولة إيجاد الكلمة العربية المقابلة. صحيح أن هناك بعض الألفاظ أصبحت تستعمل في اللغة اليومية وهي لغة الصحافة مثلك التكنولوجيا، التليفون، التليفزيون.. الموبايل، ولكن علينا أن نقلل من استخدام الكلمات الأجنبية بقدر المستطاع.

حاول ن تكون الفقرات التي تتكون منها الجمل قصيرة وبسيطة ودقيقة تتناول كل واحدة منها واقعة معينة. وأن تشكل الفقرة وحدة مستقل تقدم جواباً على سؤال محدد بحيث يمكن حذف الفقرة من الخبر دون حدوث أي خلل في معناه، وهناك نصائح عامة لكل من يعمل في مجال الكتابة الصحفية منها:

أولاً: الاستغناء عن الكلمات الزائدة:

مثال:

تبدأ في الجزائر يوم غد اجتماعات الدورة الثانية للجنة التحضيرية لدول عدم الانحياز التي من المقرر أن تستمر ثلاثة أيام.

والأفضل كتابة الخبر بالصورة التالية:

تبدأ في الجزائر غداً اجتماعات الدورة الثانية للجنة التحضيرية لدول عدم الانحياز التي تستمر ثلاثة أيام. بهذا الشكل قد اختصرنا من الخبر أربع كلمات زائدة.

ثانيا: الأفعال التي لا قيمة لها:

مثال:

سيلقي العميد محاضرة غداً (أسلوب ضعيف)

يلقي العميد محاضرة غداً (أسلوب قوي)

قام بإعداد البحث .. (أسلوب ضعيف)

أعد بحثاً.. (أسلوب قوي)

ثالثاً: أحرف ربط الكلمات:

مثالك

وقد أكد المحدث الرسمي قوله ..

والأفضل: وأكد المتحدث الرسمي قوله..

يجب التدقيق في استعمال حروف ربط الجمل مثل: قد .. ولقد .. وواو العطف، ومن الأفضل حذف هذه الحروف كما أمكن.

رابعاً: الجمل الطويلة:

مثال:

أعلن ذلك في طهران اليوم، ناطق عسكري إيراني.

والأفضل: أعلن ذلك ناطق عسكري إيراني.

خامساً: المبني للمعلوم أفضل كثيراً من المبني للمجهول:

مثال:

طهران – ١٨ آب-ر.

قتل ٥ ضباط إيرانيين عندما تحطمت بهم طائرة عسكرية..

والأفضل:

لقي خمسة ضباط إيرانيين مصرعهم عندما تحطمت بهم طائرة عسكرية..

سادساً: يجب أن يكون المخبر الصحفي راوية، وليس معلقاً..

أي أن يقدم الخبر دون ملاحظات شخصية، حتى لا يوحي للقارئ بأنه يقدم إليه رأياً شخصياً.

مثال:

جوهانسبرج – وكالات الأنباء

مارست قوات البوليس في جنوب إفريقيا أسلوبها الوحشي ضد العمال العزل من السلاح، والذين أعلنوا الإضراب دفاعاً ن حقوقهم ضد الاستغلال الرأسمالي والأمبريالي، وسقط عدد كبير من العمال بين قتيل وجريح بعد أن أطلق عليهم البوليس قنابله المسيلة للدموع.

والأصح:

لقي ١٢ عاملاً إفريقيا مصرعهم، وجرح ١٢ آخرون، عندما أطلقت قوات بوليس جنوب إفريقيا الرصاص عليهم أثناء ممارستهم حق الإضراب في أحد مناجم الذهب، مطالبين بزيادة الأجور.




مقدمة الخبر
The Lead

لكي نتعرف على أهمية مقدمة الخبر لابد أن نضرب أمثلة توضح هذه المسألة:
مثال:

إن زوار مدينة أسوان، وكذلك سكان المدينة لن يجدوا صعوبة بعد الآن في التعرف على الأماكن الأثرية الهامة. والوصول إليها بسهولة كان مجلس المدينة قد اتخذ قراراً منذ عامين بوضع لافتات في وسط المدينة تشير إلى الأماكن الهامة بها مثل مكتب البريد، محطة السكة الحديد، مركز الشرطة، وغيرها من أماكن الخدمات والأماكن السياحية.

وكانت إقامة اللافتات قد تأخرت حتى الآن بسبب العمليات الإنشائية التي تتم في عدد من الشوارع، ولكن العمل سيبدأ في وضع اللافتات ابتداء من أول شهر مارس القادم ستقام اللافتات على مفترق الطرق الهامة.

عند التأمل الدقيق في هذا الخبر نكتشف أنه يفتقر إلى شيء هام جداً وهو البناء الجيد.

فالجزء الأول منه يتناول موضوعاً تاريخياً وهو قرار تم اتخاذه من عامين وكذلك المقطع الثاني من الخبر لم يطلق المارد من القمقم أي لم يقدم الشيء الذي ينتظره القارئ.

وكان واجباً أن تبدأ المقدمة بالجديد في الخبر. بأهم شيء في الخبر، على النحو التالي:

في بداية مارس القادم تبدأ أسوان في إقامة لافتات موحدة تسهل على السائح وزوار المدينة الوصول إلى الأماكن العامة والسياحية إذن فمقدمة الخبر تعطي إجابات على الأسئلة التي يتوقع المحرر أن يطرحها الجمهور لأول وهلة، فيما يتعلق بموضوع معين(٣٨) والمقدمة الناجحة هي التي يمكن اعتبارها خبراً إذا اكتفى المحرر بنشرها أو إذاعتها.

ويؤكد علماء الإعلام أنه إذا كان الخبر لابد أن يتناول الأمور المتميزة، فإنه يجب أن تتصدر أهم هذه الأمور الخبر، أي تأتي في مقدمته.

والمقدمة كما يقول ميلفن مينتشر يف كتابه "تحرير الأخبار" [٣٩] بالغة الأهمية بالنسبة للصحفي، وبالنسبة للقارئ، وتؤكد الممارسة العملية أن كتابة المقدمة تؤدي إلى تركيز الذهن على نحو مدهش. وترغمه على أن يحدد ما هو الشيء المهم في الخبر الصحفي، وما هو الشيء الذي يريد إبرازه ويؤكد عليه، ما تستطيع المقدمة عمليا أن تحدد شكل باقي القصة التي يقوم الصحفي بكتابتها.

وتلبي المقدمة شرطين أساسيين، إنها تقبض على جوهر الحدث، وتداهن أو تتملق القارئ لتنظر لحظة. الشرط الأول يستلزم استخدام تفكير وذكاء محكمين ومنتظمين. أما الشرط الثاني فيعتمد على مهارة الخبر وحرفيته. إن المخبر الذي يتقن فن تحقيق هذه الشرطين، لابد أن يحقق نتائج ممتازة.

أمثلة للمقدمة:

- نمنا أمس في معسكر الأعداء (صحيفة – ممفيس ديلي نيوز).
- اشترى اليوم المليونير هارولد ماك كوميك شباب رجل فقير (اسوشيتدبرس).
- أشعر وكأن مخالب أيد قذرة غرزت في لحمي ".قال مارثا غراهام. (نيويورك هير الدتريبيون).
- ما هو ثمن النجاح والمجد ؟! عينان، وساقان وذراع –١٢ دولارا في الشهر. (واشنطن هيرالد – من خبر عن محارب قديم يعيش فقيراً).
- ثلج، يتبعه صبية على زحافات. (نيويورك هيرالد – حالة الجو).

تتحدى هذه المقدمات وتزدري تقريبا كل قانون وضعه أشخاص مبدعون لتحديد مستويات وصيغ وطرق الكتابة الصحفية. المقدمة الأولى تخرق القاعدة التي تلزم المخبر بإغفاله اسمه، كما أن مقدمة الاسوشيتدبرس تطرح العديد من الأسئلة ومقدمة نيويورك هيرالد تقوم على أساس الاقتباس، أما مقدمة الواشنطن هيرالد فتطرح سؤالين. وهما نوعان من المقدمات مسجلان في قائمة المحرمات.

يجب أن تكون المقدمات ذات مضامين هامة. وهي تحقق وظائفها نظراً لأنها تستجيب إلى مستلزمات كتابة المقدمة: إنها ترسم وتوضح وترمز إلى قلب الحدث

وجوهره، وهي تعزي وتجذب القارئ ليتابع القراءة. إن قضية إغراء القارئ واستمالته قضية بالغة الأهمية في الكتابة الصحفية. أكد كاتب قصص الأطفال الأمريكي، اندرو سيفنسون أن المهارة أو الخديعة في كتابة كتب الأطفال هو أن تبدأ الصفحة الأولى بالخطر والغموض والإثارة، وترغم الطفل على أن يقلب الصفحة، ويتابع القراءة . وقد أكد أنه أعاد كتابة بعض الصفحات الأولى من قصصه أكثر من عشرين مرة، كما أدرك أفلاطون أهمية الكلمات الأولى في العمل الكتابي. وكتب في مؤلفه -الجمهورية- البداية هي أكثر الأجزاء أهمية في الكتاب".

يقول رؤساء التحرير في بعض الأحيان لمحرريهم أنهم يريدون "خطافا" في المقدمة، بمعني أنهم يريدون أن تتضمن المقدمة شيئا ما يشد القارئ أو المستمع أو المشاهد ويدفعه إلى متابعة القراءة أو الاستماع أو المشاهدة.

ولكن كيف سينتقي الخبر واقعة واحدة أو واقعتين من بين العديد من المواقع التي جمعها عن حدث معين؟ يواجه الصحفيون المبتدئون صعوبة جدية في كتابة المقدمة. ولكن التدريب المستمر والفهم الجيد للحدث يضمنان وصول الصحفي التفكير في المقدمة إلى كتاب مقدمة جيدة. ولكن لنتحدث أولا عن الأساسيات.

غالبا ما تبدأ عملية التفكير بالمقدمة بتوجيه الصحفي لعدد من الأسئلة لنفسه:

١- ما هو الشيء الأكثر أهمية الذي حدث؟!

٢- من هو الشخص المعني -من فعل هذا الشيء، أو من قال هذا الكلام؟! بعد أن يحصل الصحفي على جواب عن هذين السؤالين، يبحث عن الكلمات وعن الشكل الذي سوف يعطيه لهذه الأجوبة. وهذا يؤدي بدوره إلى ثلاث أسئلة:

٣- أيهما أفضل المقدمة المباشرة أو المتأخرة؟!

٤- هل هناك كلمة مؤثرة أو تعبير درامي أريد أن أضعه في المقدمة؟!

٥- ما هو الموضوع وما هو الفعل الأكثر مقدرة على جعل القارئ أكثر قرباً من الخبر؟!

هذه الأسئلة الخمسة سهلة جدا. أما الأجوبة ومهما يكن من أمر، فيمكن أن تكون بالغة الصعوبة، إلى حد أن، الصحفي الذي يمتلك خبرة سنوات عديدة، قد يتوقف في منتصف الخبر، ويدرك فجأة أن خبره أخذ يسير في الاتجاه الخاطئ، بمعنى أنه أضاع بؤرته. ويعود السبب في ذلك إلى أن الصحفي قد عجز عن الإجابة على السؤالين الأولين بشكل صحيح ومناسب. وبتحرك الصحفي في الاتجاه الذي حددته المقدمة. يكون قد وضع نفسه في زاوية بعيدة جدا عن النقطة المركزية للحدث.

إعاقة المقدمة:

نقدم فيما يلي مقدمة كتبها صحفي حول انتخابات الشعب اعتقد هذا الصحفي أنه أجاب على السؤالين، الأول والثاني:

كشف اليوم النقاب عن أجوبة النائب عبد السلام عيسى في انتخابات مجلس الشعب،على الأسئلة التي كانت قد قدمتها جمعية سيدات مصر.

من الواضح أن الصحفي لم يضمن مقدمته ماذا حدث، ومن المعني بالحدث. حتى أنه لم يقدم جوابه للسؤال الأول بما يكفي من الوضوح والدقة. ماذا قال في أجوبته؟! سوف يصل المخبر إلى تقديم الجواب في قصته، لو كان محرره قد سمح له بالاستمرار. ولكن سرعان ما أشار المحرر إلى حقيقة أن الناخبين يريدون أن يعرفوا آراء ومواقف مرشحيهم بسرعة في القصص التي تدور حول السياسات.

إن مثل هذه الأحداث لا تسمح إطلاقا بإرجاء ذكر العنصر الهام، أو التأخر في تقديمه.

الصحفيون الذين يكتبون مقدمات غير محددة وغير واضحة لأحداث تتطلب مقدمات سريعة ومباشرة، يعرقلون القصة، ويقبرون مقدماتهم. مقدمة أفضل لقصة إخبارية سياسية يمكن أن تكون على النحو التالي:

أكد عبد السلام عيسى المرشح في انتخابات مجلس الشعب عند دائرة إمبابة، أن التضخم هو القضية المحلية الأساسية التي تواجه الأمة وقد تتضمن الفقرة الثانية المعلومات الخلفية التي أخطأ محرر المقدمة الأولى ووضعها في مقدمته:

مواقف المرشح من الوضع الاقتصادي، ومن الموضوعات الأخرى قد تم إعلانها اليوم بواسطة جمعية سيدات مصر.

أنواع المقدمات:

غالبا ما يقدم للصحفيين المبتدئين قائمة من المقدمات. غالبا ما يجري الحديث معهم عن مقدمات: من ، ماذا، أين، متى، لماذا، وكيف. أو عن المقدمة الساخرة، أو المقدمة التي تحوي اقتباسا، وعشرات أخرى من الأنواع.

قد يكون هذا التصنيف مفيداً لمشروع بحث، ولكن القوائم ذات فائدة فيعمل المخبر، لا يوجد مخبر ينظر إلى مذكراته وملاحظاته ويفكر "حسنا". أري أنه من المناسب هنا استخدام مقدمة من أو ربما مقدمة ماذا". ويقول علماء الصحافة إن المقدمة أنواع عديدة منها:

١- المقدمة المباشرة Direct lead :

هذا النوع من المقدمات مألوف لدى معظم الصحفيين إنه "خمار الشغل" في الصحافة إن صح التعبير، وهو يستخدم في معظم الأخبار والقصص الإخبارية.

حين أقدم مصنع جنرال موتورز على إعطاء إجازة محددة للعديد من العمال، وعلى إعطاء إجازة غير محددة لعمال آخرين، كانت المقدمة التي نشرتها الصحيفة لهذا الحدث.

١٠٣٦ عاملا من عمال مصنع الشيفرولية أعطوا اليوم إجازة لمدة أسبوع و ١٣٩ عاملاً، من قسم المشعات أعطوا إجازة مفتوحة هذا ما أعلنته اليوم شركة موتورز.

قد تبدو هذه المقدمة كئيبة وغير مشوقة. ولكن من الممكن إعادة صياغتها بشكل أفضل على النحو التالي:

أعطت جنرال موتورز إجازة إجبارية لــ ١١٧٥ عاملا.

أعلنت اليوم الشركة أنها أعطت إجازة لمدة أسبوع لــ ١٠٣٦ من عمال مصنع الشيفرولية، كما أعطت إجازة لــ١٣٩ عاملا من قسم المشعات.

٢- المقدمة المتأخرة Delayed lead:

تستخدم هذه المقدمة غالباً في الأخبار الخفيفة والقصصية، أي في القصص الإخبارية التي لا تدور حول أحداث سريعة ومتطورة. عادة ما تسعى المقدمة المتأخرة إلى وصف مشهد، أو إثارة مزاج. ولكن الممارسة تؤكد أن المقدمة المتأخرة تستخدم في جميع أنواع القصص الإخبارية التي تنشرها الصحف، وليس فقط لتغطية الأحداث ذات الطابع القصصي أو الروائي (الخالي) ، وذلك لأن المقدمة المتأخرة تتيح للمخبر مجالاً أوسع للكتابة. ومع تزايد طلب رؤساء التحرير من مخبريهم أن يقدموا كتابات أفضل، ومع إعطائهم وقتاً أطول لإنجاز هذه الكتابات الأفضل، أخذ يزداد استخدام المتأخرة.

٣- المقدمة الوصفية Feature lead:

عندما لاحظت مراسلة إحدى الصحف الشرقية عدم وجود أية امرأة عضوة في مجالس العديد من الشركات العاملة في المدينة، قررت أن تستقصي وتتحرى هذه الظاهرة. ووجدت أنه وبالرغم من أن بعض الشركات الوطنية الكبرى قد عينت نساء في مجالسها، فإن الشركات المحلية –صناعات التعدين وشركات صنع الدهانات– ليس ثمة أية امرأة في مجالسها. بدأت الصحفية قصتها بهذه الطريقة:

المشهد عبارة عن غرفة مفروشة جيدا لمجلس إدارة واحدة من أكبر الصناعات في قادة المجتمع، والمعلم، ورجل الأعمال، تجمعا في الغرفة، وأخذوا مقاعدهم حول الطاولة والواسعة والمصقولة جدا، واستعدوا للعمل الذي سيعرض عليهم.

الجميع مستعدون لاجتماع مجلس الإدارة، وكل شيء في مكانه.

تبدو الجلسة كأي اجتماع رسمي آخر، مع وجود استثناء واحد، إنهن قضية-رجال. إذ ليس ثمة أي امرأة في المجلس.

بدأت القصة بنوع من التمهل والبطء. الفقرة الأولى، التي تعتبرها عادة مقدمة القصة الخبرية، حاولت أن تقدم وأن تصف مشهداً، والشيء ذاته فعلته الفقرات الثلاث التالية: الفقرة الخامسة فقط طرحت الموضوع:

وبالرغم من أن النساء يشكلن أكثر من نصف المجتمع، فإن النساء يشكلن نسبة صغيرة جدا في مجالس جميع الشركات الصناعية تقريبا العاملة في المدينة.

كان من الممكن استخدام مقدمة مباشرة، تقوم على أساس المعلومات التي وردت في الفقرة الخامسة:

إن بضعة نساء فقط يعملن في مجالس الصناعات الكبرى العاملة في المدينة. جاء هذا في استطلاع أجرته هذه الصحيفة، ونشر اليوم.

قد تكون هذه المقدمة مقبولة لدى بعض رؤساء التحرير. ولكنها محدودة ولا تثير أي تصور. كما أنها تعطي إحساساً بالسرعة، وهو الأمر المتناقض مع الحدث الذي يجري شرحه وصفه. إنه لمن المحتمل عدم وجود أية امرأة في مجالس إدارة الشركات الصناعية العاملة في المدينة منذ زمن طويل، وربما منذ بداية وجود هذه الشركات. ولذلك فإن المقدمة المتأخرة أكثر مناسبة وملاءمة لهذا النوع من الأحداث من المقدمة المباشرة.

ابتكار المقدمة:

عندما أرسلت صحيفة نيوز داي" الصحفي "ليفتي" لتغطية حدث محاولة إنقاذ طالب سقط في مجرى هواء المدرسة. كان ثمة خياران أمام ليفتي. إما أن يكتب مقدمة مباشرة عن عملية الإنقاذ، أو مقدمة وصفية توضح ما الذي قاد هذا الطالب إلى السقوط في مجرى الهواء، سمع ليفتي أن الطالب كان قد تعب من الدراسة في قاعة المطالعة في المدرسة. وعلى الفور قرر ليفتي أن يجعل هذه الواقعة أساسا لمقدمة متأخرة.

"كان جيمي سليفر، البالغ من العمر ١٥ عاما، قد شعر بعد ظهر أمس بالتعب من الدراسة في قاعة المطالعة رقم ٤٠٧ في مدرسة أوستر باي العليا قرر أنم يظهر لأصدقائه أنه يستطيع أن يقف في مجرى الهواء الواقع خلف الصف. وبينما كان العلم يصلح الأوراق، استلقى سيلفر على أرض الصف، وانزلق في فتحه مجرى هواء الطابع الرابع. وبعد دقيقة سقط مسافة طابقين، وقد كسرت ذراعه، وأصيب برضوض شديدة".

هذه عبارة عن فقرة ضخمة ومعقدة لا يستطيع كتابتها إلا مخبر مجرب. قد يقبل المحررون وجود جملتين في فقرة المقدمة، ولكنهم لا يقبلون أربع فقرات.

أراد ليفتي أن يكتب مقدمة وصفية، ولكنه يعرف جيداً أن عدداً كبيراً من الفقرات قد يبدو ثقيلا ومملا بالنسبة لبعض القراء. ولذلك فقد استخدم ليفتي الجمل القصيرة. وفي الفقرة الثانية ذكر المعلومات التي كان سوف يضيفها في المقدمة، فيما لو كان قد استخدم مقدمة مباشرة.

"وبعد ثلاث ساعات أنقذت الشرطة الطالب، الذي كان قد ارتطم بجدار صلب، الأمر الذي أدي إلى كسر ذراعه".

ويطلق علماء الإعلام على المقدمة المتأخرة اسم "المقدمة العمياء" ويقولون: إن استخدام المقدمة المتأخرة يكتنفه قدراً كبيراً من المخاطر فهي يمكن أن تصد وتمنع، بدلا من أن تجذب وتستميل،[٤٠] على سبيل المثال:

لم تكن حكيمة الذبابات التي اجتاحت جوزيف فيل من كان يحلق ذقنه منذ عشر سنوات.

إنها مقدمة، قالت عنها مجلة "لايف" (أضافت جوهرة إلى جمل المقدمة العظمى في متحف الصحافة، وبدون شك سوف تصنفها كمقدمة عمياء وغير مباشرة وهي مقدمة تجعل الاستمرار في القراءة شيئا مستحيلا أو شيئا ضروريا جداً.

وبالمناسبة ، فإن الخبر كان يدور حول رخصة اختراع مصيدة ذباب جديدة.


عناوين
الأخبار الصحفية

لا جدال أن العنوان أصبح جزء لا يتجزأ من الخبر الصحفي.. فإذا كانت مقدمة الخبر تفتح شهية القارئ لقراء ما جاء في الخبر من تفاصيل. فالعنوان هو الذي يحرك في القارئ الرغبة لكي يبدأ في قراءة المقدمة وما بعدها من تفصيلات.

والقارئ في العصر الحديث -عصر السماوات المفتوحة والقنوات الفضائية- لم يعد لديه الوقت الكافي لقراءة كل ما تنشره الصحف، ولذلك أصبح العنوان لازماً لتلخيص موضوع الخبر ومساعدة القارئ على اختيار الأخبار التي تهمه.

والعنوان عنصر هام للغاية في بناء الصحيفة، ويُعده علماء الإعلام بمثابة الإعلان عن الصحيفة، وعن موضوعاتها المختلفة حيث يقدم للقارئ فكرة عن مضمون الخبر، ويحرك شهيته لقراءته (٤١).

والعنوان قد يجذب القارئ لقراءة الصحيفة، وقد ينفره ويبعده عنها، ولذلك يهتم به رؤساء التحرير في الصحف المختلفة، بل أصبحنا نجد في كبريات الصحف العالمية مثل الهيرالد تربيون والتايمز محرراً متخصصاً في كتابة عناوين أخبار الصفحة الأولى وحدها، وكذلك محررين متخصصين في إعداد عناوين الصفحات للداخلية المتخصصة مثل الرياضة والفن والحوادث وغيرها.

ولاشك أن العنوان الصحفي يتأثر كثيرا بسياسة الصحيفة، فالعنوان في الصحيفة المحافظة يختلف كثيراً عن العنوان في الصحيفة الشعبية أو في الصحافة الصفراء، لأن الصحف المحافظة تميل إلى الهدوء والاعتدال، في مضمونها التحريري، بينما تجنح الصحف الشعبية والصفراء إلى الإثارة في العناوين والمضمون لجذب القارئ.

ومما يدل على أهمية العنوان ما ذكره جلال الدين الحمامصي في كتابه من الخبر إلى الموضوع الصحفي "أن هناك ثلاثة عناصر تجذب القارئ إلى الموضوع الصحفي هي:

١- العنوان.

٢- طريقة إخراج الموضوع.

٣- اسم كاتب الموضوع.

وظائف العناوين:

ويؤدي عنوان الخبر وظيفتين إحداهما إخراجية والأخرى تحريرية.

وتتمثل الوظائف الإخراجية فيما يلي:

١- مساعدة المخرج الصحفي في بناء صفحات الصحف، وتحديد هيكلها العام.

٢- تحقيق الجمال والانسجام على صفحات الصحف، حيث تسهم العناوين في التناسق بين العناصر التيبوغرافية، الأخرى مثل الصور والرسوم.

٣- التخفيف من حدة رمادية المتن، ووجود مساحات بيضاء مناسبة حول العناوين تسهم في تحقيق قدر من الراحة لعين القارئ.

أما الوظائف التحريرية للعناوين فتهدف إلى :

١- إغراء القارئ بشراء الصحيفة وقراءتها، فالعناوين تمثل عناصر جذب متميزة من بعد حوالي ثلاثة أمتار تقريباً، ومن ثم فإنها تسهم في دفع القارئ إلى اتخاذ قرار بشراء الصحيفة.

٢- تحدد العناوين للقراء نوعية ومضمون الأخبار التي يمكن قراءتها في الصحيفة وجذب انتباههم لقراءة أخبار بعينها.

٣- تقوم العناوين بعملية تقويم للأخبار، وتحديد درجة أهميتها فهي عناصر إبراز للأخبار المهمة.

٤- تسهم في تكوين شخصية متميزة للصحيفة، حيث تمكن القارئ أن يتعرف عليها ويتآلف معها.

٥- تقوم بتلخيص مضمون الأخبار للقارئ الذي ليس لديه وقت لقراءة متن الموضوع الصحفي[٤٣].

ومعني هذا أن العنوان الصحفي له وظيفة مزدوجة: جذب اهتمام القراء، وتلخيص الحدث وتركيزه حتى يمكن للقارئ المتعجل التعرف على جوهر الخبر من مجرد قراءة العنوان.

أنواع العناوين:

ويقسم علماء الصحافة عناوين الأخبار الصحفية إلى ثلاثة أنواع:

أ- التصنيف الشكلي للعناوين.

ب- التصنيف الوظيفي للعناوين.

ج- التصنيف التحريري للعناوين.

ويمكن الحديث عنها على النحو التالي:

أ- التصنيف الشكلي للعناوين:

وتنقسم العناوين من حيث الشكل إلى :

١- المانشيت:

وهو عنوان كبير يمتد بعرض قمة الصفحة الأولى، ويشير إلى الخبر الرئيسي في الجريدة وهو أهم خبر فيها يمكن أن يتكون من سطر واحد أو أكثر من سطر في حالة الأخبار المهمة.

وقد عرفت الصحافة المصرية "المانشيت" لأول مرة حين استخدمته جريدة اللواء في ١١ فبراير ١٩٠٨ م، للإشارة إلى خبر وفاة مصطفي كامل.

ومن الجدير بالملاحظة أن بعض الصحف تستخدم الألوان في طباعة المانشيت، كما تستخدم الحروف الكبيرة في طباعته، لكن المشكلة في هذا النوع من العناوين أنه قد لا يكون هناك خبر مهم يحتاج إلى استخدام هذا العنوان، وبالتالي فإنه لابد أن يستخدم بشكل وظيفي بمعني أن يستخدم فقط في حالة وجود خبر مهم على الصفحة الأولى يحتاج إلى إبراز باستخدام هذا النوع من العناوين .

٢- العنوان الممتد:

وهو العنوان الذي يمتد ليغطي أكثر من عمود بحيث يحتل عمودين أو أكثر، ويمكن أن يتكون من سطر واحد أو عدد من الأسطر ويستخدم مع معظم الأخبار الطويلة التي تحتل أكثر من عمود واحد، ويتميز بأنه يعطي حرية أكبر للمحرر الصحفي لصياغة عناوينه.

٣- العنوان العمودي:

وهو يمتد على عمود واحد فقط، ويستخدم مع الأخبار القصيرة التي تنشر على عمود واحد، ويتكون من سطر واحد أو أكثر، لكن ذلك يعتمد على حجم

الخبر، فلا يمكن أن تكون المساحة التي يحتلها هذا العنوان أكبر مساحة من الخبر نفسه، كما أن هذا العنوان لابد وأن يتكون من عدد محدود من الكلمات ولابد أن يكون مختصراً ومركزاً[٤٤].

٤- العنوان الثابت:

وقد يكون عنوانا لباب إخباري ثابت مثل "كلام الناس" الذي تنشره يومياً جريدة المساء ويتضمن أخباراً خفيفة، أو عنواناً لعمود ثابت يحرره كاتب مُعين مثل "مواقف" لأنيس منصور، في صحيفة "الأهرام"، وصباح الخير لـ "سعيد سنبل" بصحيفة الأخبار، و"خطوط فاصلة" – لسمير رجب في جريدة الجمهورية أو عنواناً لزاوية ثابتة أيضا مثل "كل يوم" في صحيفة الأخبار، ويتناوب على كتابته أكثر من صحفي.

ب- التصنيف الوظيفي للعناوين:

ويركز هذا التصنيف على الوظيفة التي تقوم بها العناوين من الناحية التحريرية والإخراجية وأهم أنواع العناوين طبقاً لهذا التصنيف ما يلي:

١- العنوان التمهيدي:

وهو يتمثل في عبارة قصيرة تأتي قبل العنوان رئيسي وتمهد له، وتهيئ القارئ لفهم مضمون العنوان الرئيسي، وفي أغلب الأحيان يشير إلى مكان وزمان الحدث، ثم يأتي العنوان الرئيسي ليشير إلى أهم الحقائق التي يتضمنها الخبر، ولابد أن يكون العنوان التمهيدي قصيراً مركزاً يتكون من عبارة واحدة في عدد قليل من الكلمات، كما أنه من الضروري إكمال المعنى المراد في هذه العبارة القصيرة، وعدم تكرار الكلمات المستخدمة فيه في العنوان الرئيسي أو الحقائق التي يتضمنها: مثال للعنوان التمهيدي:

تطورات مذهلة .. في حرب الشيشان

ويأتي بعده العنوان الرئيسي كالتالي:

انسحاب مهين للروس من جروزني بعد خسائر فادحة

٢- العنوان الرئيسي:

هو العنوان الأساسي للخبر، ويتضمن أهم الحقائق أو المعلومات التي يشتمل عليها الخبر، ويجمع ببنط كبير نسبياً طبقاً لأهمية الخبر ومساحته، ويمكن أن يتكون من سطر واحد أو سطرين، ويعد هذا النوع من العناوين المدخل الرئيسي لقـراءة الخبر.

٣- العناوين الثانوية:

ويمكن أن تتكون من عدد من العبارات التي تشير إلى حقائق أقل أهمية في الخبر من تلك التي يتضمنها العنوان الرئيسي، وهي تعطي مزيداً من التفصيلات عن الحقائق التي يتضمنها الخبر، وتسهم في جذب انتباه القارئ وإغرائه بقـراءة الخبر وليست هناك قاعدة لعدد هذه العناوين الثانوية التي تلي العنوان الرئيسي، بل يعتمد عددها على أهمية الخبر ومساحته.

٤- العناوين الفرعية:

وهي كلمات تعلو فقرات متن المادة التحريرية وهي بمثابة محطات تستريح عندها عين القارئ، وتهدف للإشارة إلى أهم الحقائق التي تتضمنها الفقرة أو الفقرات التي يعلوها، وتسهم في كسر حدة رمادية المتن، وإراحة عين القارئ، ولذلك فإنها تستخدم في أغلب الأحيان في كتابة الأخبار الطويلة نسبياً، وتجمع حروف العناوين الفرعية ببنط حروف الفقرة نفسها ولكن بالحروف الثقيلة (السوداء).

٥- عناوين البواقي:

في كثير من الأحيان لا يمكن نشر الخبر كله على الصفحة الأولى، ولذلك يتم تخصيص مساحة في إحدى الصفحات الداخلية يتم ترحيل بواقي الأخبار المنشورة في الصفحة الأولى إليها، ويقوم القارئ بالانتقال إلى هذه الصفحة لقراءة بقية الخبر.

وأهمية العنوان في هذه الحالة إرشاد القارئ إلى هذه البقية. فمن المؤكد أن القارئ قد يتخذ قراره بإكمال قراءة الخبر، وهو يحتاج فقط للتعرف على هذه

البقية، وتميزها بين بواقي الأخبار الأخرى، وفي أغلب الأحيان يقوم سكرتير التحرير بكتابة عنوان البقية،ويمكن أن يأخذ عبارة أو كلمة أو عددا من الكلمات من العنوان الرئيسي للخبر.

ج- التصنيف التحريري للعناوين:

وفي هذا التصنيف تتحدد أنواع العناوين طبقاً لأساليب صياغتها من الناحية التحريرية ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:

١- العنوان التقريري:

ويقوم على صياغة العنوان في جملة خبرية تقريرية تتضمن إجابة عن أهم التساؤلات الخبرية الستة، وفي أغلب الأحيان يتم التركيز على إجابة السؤال: ماذا؟

مثال للعنوان التقريري:

القوات الفرنسية تقتحم الطائرة المختطفة

وسقوط عدد كبير من القتلى

فالعنوان هنا جملة تقريرية توضح مصير الطائرة المخطوفة بان القوات الفرنسية قامت باقتحامها، وتبادل إطلاق النار مع المختطفين وقد أدي هذا إلى سقوط عدد من القتلى لكننا نلاحظ في العنوان السابق أنه يفتقد الدقة فعبارة "سقوط عدد كبير" مهمة، وكان من الأفضل ذكر رقم القتلى بالضبط.

٢- العنوان الملخص:

وهو يتضمن جملة وصفية للحدث بشكل عام دون الإشارة إلى أهم الحقائق التي يتضمنها، أو إجابة عن أهم سؤال من الشقيقات الخمس.

مثال ذلك:

فشل .. الهجوم الروسي

ثم يجئ السطر التالي موضحا تفاصيل أكثر.

خسائر موسكو ٥ آلاف قتيل في الشيشان.

٣- عنوان الجملة المقتبسة:

وهو يعتمد على اقتباس من أقوال المصدر، بحيث تكون الجملة المقتبسة متضمنة حقيقة مهمة يمكن أن تجذب القارئ لقراءة الخبر:

مثال ذلك:

د. عاطف عبيد رئيس الوزراء يؤكد :

مبارك .. حريص على تطبيق الشريعة في قانون الأحوال الشخصية الجديد

٤- العنوان الاستفهامي:

ويهدف إلى إثارة حب الاستطلاع لدى القارئ لمعرفة الإجابة على هذا التساؤل، وينصح علماء الصحافة بعدم التوسع في العناوين التي في صيغة السؤال، حيث إن مهمة الصحيفة تقديم إجابات عن الاستفهامات التي تدور في أذهان القراء، وبالتالي فعليه أن تقدم أهم معلومة أو إجابة تهم القراء.

ومن أمثلة العناوين التساؤلية:

هل قتل المحاسب والده من أجل علبة سجائر؟

فهذا العنوان يدفع القارئ إلى قراءة الموضوع لمعرفة القصة وكيف حامت الشكوك حول الابن الذي قتل والده بسبب علبه سجائر؟

٥- العنوان الاستفهامي الاستنكاري:

ويقوم المحرر بطرح سؤال مفاجئ وغير متوقع، ويتضمن استنكاراً للحقائق التي سوف تتضمنها إجابة السؤال، وهو عنوان يتميز بالجاذبية والتشويق لكنه يحمل رأيا للمحرر يتضمن استنكاره لوقوع حدث معين:

ومثال ذلك : أين مجلس الشعب.. من تكليف الرئيس حول حل مشكلة البطالة؟!!!

ويلاحظ أنه توضع علامتان تعجب (!!) في أخر هذا العنوان بعد أداة الاستفهام(؟).

٦- العنوان التعجبي:

وهو يقوم على عبارة خبرية تقريرية لكنها مفاجئة وغير متوقعة وتثير التعجب مثل:اختراع مكنسة لتطهير الفضاء من المخلفات!!

٧- العنوان الذي يقوم على مخاطبة القارئ:

وهو يهدف إلى إثارة انتباه القارئ بتوجيه الخطاب إليه مباشرة أو حثه على القيام بفعل معين[٤٥].

رئيس الإدارة العامة للمرور:

تصوروا ١٠٠ ألف مخالفة مرور خلال ٦ شهور في القاهرة وحدها!!

كيف تكتب .. عناوين الأخبار؟

عملية كتابة العناوين تحتاج إلى التمرس والخبرة والمقارنة المستمرة بين الصحف المختلفة لمعرفة كيفيه نشر العنوان والزوايا التي تم التركيز عليها[٤٦].

ومن القواعد الأساسية التي تركز عليها أدبيات الكتابة الخبرية هي أن الصحفي يقوم بكتابة عناوين الخبر بعد أن ينتهي تماماً من كتابة الخبر نفسه، ثم يعيد قراءته لاختيار الحقائق التي تتضمنها العناوين ولاشك أن لهذه القاعدة أهميتها حيث إنها تتيح للمحرر اختيار وصياغة أفضل للعناوين[٤٧].

وهناك شروط يجب أن تتوفر في العنوان الجيد يمكن تحديدها على النحو التالي:

١- أن يشمل العنوان أهم الحقائق في الخبر وأكثرها تشويقاً، أما العناوين السلبية التي لا تقول جديداً، فيجب البحث في موضوع الخبر أهم واقعة والتركيز عليها فعندما تنشر صحيفة "المساء" خبراً رئيسياً يتصدر صفحتها الأولى يقول:

أخبار تهمك ..عام ٢٠٠٠

فهذا الخبر سلبي، ولا يقول شيئا محدداً، ومعناه أن الخبر لا يقول جديداً أو أن كاتب العنوان فشل في أن يستخرج الجديد من هذا الخبر.

٢- أن يكون مختصراً وجذاباً ويشد انتباه القارئ فالقاعدة تقول: كلما قلت كلمات العنوان.. كلما كان أكثر نجاحاً والعنوان المكون من سطر واحد أنجح من العنوان المكون من عدة أسطر[٤٨].

٣- أن يكون ملائما لموضوع الخبر، من حيث الجدة أو الطرافة أو الغرابة وغيرها.

٤- تجنب المبالغة والتهويل في كتابة العنوان .. وهذا التهويل يحدث بسبب الرغبة في الإثارة وجذب القارئ ولكن يمكن تحقيق ذلك دون خداع القارئ بالمبالغة في عنوان الخبر.

على سبيل المثال نشرت صحيفة "النبأ" الأسبوعية عنواناً يقول:

حكاية "هيام" التي تزوجت من عفريت!!

هذا خداع ومبالغة لسبب بسيط وهو أنه من المستحيل أن يتزوج الإنس من الجن أو العكس لأن الإنس خلقوا من التراب والجن خلقوا من نار!

٥- يجب ألا يتضمن العنوان رأيا للمحرر.. فلابد من الالتزام بقاعدة الفصل بين الحقائق التي يتضمنها الخبر، وآراء المحرر.

٦- يفضل استخدام الفعل المضارع في العناوين، لأن استخدام الفعل الماضي، يمكن أن يوحي بعدم حالية الخبر وجدته، كما أن "سوف" "والسين" في الدلالة على الفعل المستقبل هي ألفاظ زائدة يمكن الاستغناء عنها.

٧- عدم التناقض في كلمات العنوان ومضمونه..

على سبيل المثال حينما تنشر إحدى الصحف عنواناً يقول:

بجدارة .. وصعوبة .. فازت مصر على زامبيا ٢- صفر

في بطولة كأس الأمم الإفريقية

فالقارئ يحتار .. في العنوان وسيسأل نفسه:

كيف تفوز مصر بجدارة و"بصعوبة" في الوقت نفسه؟!

وهناك أخطاء شائعة في كتابة العناوين الصحفية يجب التنبيه عليها ومنها:

١- أن يحمل العنوان كلمات غريبة غير مفهومة للقارئ خاصة إذا علمنا أن الصحافة لغة البساطة والسهولة واليسر فقد نشرت صحيفة "العالم اليوم" عنواناً رئيسياً يقول:

شيخ الأزهر يجهض مشروع "المورجيج"

وكلمة "المورجيج" مصطلح لا يعرف معناه إلا أهل الاقتصاد المتخصصين، ومن المعروف أن الصحيفة تخاطب جمهوراً عاماً، ولذلك كان واجباً عليها أن تختار ألفاظ واضحة الدلالة يفهمها كل القراء.

٢- تجنب أن يحمل العنوان أكثر من معنى، فالكلمات التي تحمل أكثر من معنى تحدث رد فعل معاكس إثر الانتهاء من الخبر على سبيل المثال:

نشرت صحيفة رياضية عنواناً يقول:

شباب طلخا يهزم ميت غمر .. بهدف عجب!

فأول ما يتبادر إلى الذهن أن هناك هدفاً عجيبا فاز به شباب طلخا لكن قارئ الخبر يصاب بالإحباط فيما يعلم أن الذي أحرز الهدف شخصاً اسمه "عجب"!!

أو أن تنشر صحيفة صفراء عنوانا يقول:

طلاق بوسي .. في مطار القاهرة

وللوهلة الأولى حينما تقرأ الخبر يتبادر إلى ذهنك أن الفنانة "بوسي" قد انفصلت عن زوجها بالطلاق في مطار القاهرة لكنك تصاب بحالة حزن حينما تعلم أن بوسي طلقت ضمن أحداث الفيلم الذي تصوره في مطار القاهرة..

٣- تجنب أن يكون العنوان مستفزاً، كأن يتضمن كلمات أو مصطلحات لها مكانة فعندما تنشر صحيفة عنوانا يقول:

مصر.. كعبة الرياضة في القارة السمراء!!

فهذا يحدث رد فعل معاكس للموضوع الصحفي وللصحيفة نفسها،وبعضها في مأزق، نظراً لقدسية الكعبة المشرفة، وكان يجب على المحرر ألا يزج بها هنا خاصة في مسائل الكرة. لأن الكعبة أسمى من كل هذا حيث إنها قبلة المسلمين.

٤- تجنب تكرار نفس الكلمات في العنوان الواحد.

٥- تجنب الغموض، وتأكد أن العنوان المبهم لا يخبر عن وقائع أو حوادث تجذب الانتباه وتدفع إلى معرفة تفاصيلها.

٦- كلما كان العنوان قصيرا.. كان ذلك أفضل للصحيفة وللقارئ[٤٩].

هوامش الفصل الأول

١- رمزي ميخائيل جيد، تطور الخبر في الصحافة المصرية-الهيئة العامة للكتاب-القاهرة – ١٩٨٥م ص ٨.

٢- محمد حسنين هيكل "وجها لوجه" مجلة العربي عدد ربيع الآخر ١٤٠١ هـ-يناير ١٩٨٦- الكويت. ص ٦٩.

٣- مرعي مدكور الصحافة الإخبارية والمسئولة الإسلامية للمندوب الصحفي ط١ – دار الصحوة للنشر – القاهرة – ١٩٨٨ صـ ٢٥.

٤- للاستزادة انظر-توماس بيري- الصحافة اليوم -ترجمة مروان الجابري مؤسسة بدران- بيروت لبنان :١٩٦٤ صـ٢٠.

وكذلك عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي صـ٨٥.

٥- المعجم الوسيط جـ١ -مجمع اللغة العربية بالقاهرة صـ:٢١٤.

٦- مختار الصحاح -للرازي- المطبعة الأميرية-القاهرة -١٩٢٦ م صـ١٦٧.

٧- محمد احمد خلف الله، مفاهيم قرآنية -عالم المعرفة العدد ٧٩ المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب بالكويت يوليو ١٩٨٤ الكويت صـ ١٧-١٨.

٨- الفيروزبادي: بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز-المكتبة العلمية بيروت د.ت.صـ٥٢٤.

٩- مرعي مدكور -مرجع سابق صـ٢٩.

١٠- المرجع السابق نفسه صـ ٣٠.

١١- توماس بيري .. مرجع سابق صـ٧٩- ٨١.

١٢- عدنان عبد المنعم أبو السعد -تطور الخبر وأساليب تحريره في الصحافة العراقية منذ نشأتها في عام ١٩١٧ – ط١ -منشورات وزارة الثقافة والإعلام رقم ٣٣٦ – بغداد :١٩٨٣ صـ٣٥.

١٣- دون برادلي: الجريدة ومكانها في المجتمع الديمقراطي -ترجمة محمود محمد سليم – دار النهضة المصرية -القاهرة -١٩٧٧ م صـ٢٩.

١٤- وليم الميري : الأخبار.. مصادرها – مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة -١٩٦٨ صـ٤١.

١٥- عدنان عبد المنعم أبو السعد – مرجع سابق صـ ٣٥.

١٦- المرجع السابق نفسه صـ٣٥.

١٧- عبد العزيز الغنام - مدخل في علم الصحافة جـــ١ - دار النجـــاح - بيـــروت : ١٩٧٢ صـــ١٣٣.
١٨- مرعي مدكور - مرجع سابق صـــ ٣٤.
١٩- عبد العزيز الغنام- مدخل في علم الصحافة -جــ١ - الصحافة اليومية - دار النجـــاح - بيروت ١٩٧٢ م صـــ ١٣٩ وما بعدها.
٢٠- جلال الدين الحمامصي - المندوب الصحفي - الكتاب الأول- دار المعـــارف مصـــر - صـــ٢٢-٢٣.
٢١- محمود فهمي الفن الصحفي في العالم - دار المعارف مصر -١٩٦٤ صـــ٨٥.
٢٢- إجلال خليفة - اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي - جــ٢ - مكتبـــة دار الإنســـان القاهرة : ١٩٧١ م صـــ١٧
٢٣- مبادئ صحافة - ط١-د.ن - القاهرة ١٩٩٥ صـــ٢٠٥.
٢٤- مرعي مدكور - مرجع سابق ص٤٤-٤٥.
٢٥- أسماء حافظ - مبادئ صحافة ط١ -د.ن القاهرة ١٩٩٥ م صـــ٢٠١.
٢٦- فاروق أبو زيد فن الخبر الصحفي - القهارة - ١٩ صـــ١٠٤.
٢٧- لطفي ناصف - صناعة الأخبار فن - القاهرة - ١٩٩٢ م صـــ٤٣.
٢٨- مرعي مدور مرجع سابق صـــ٤٨.
٢٩- لطفي ناصف - مرجع سابق صـــ٤٨-٤٩.
٣٠-مرعي مدكور - مرجع سابق صـــ٤٩.
٣١- لطفي ناصف - مرجع سابق صـــ ٥٧-٥٨.
٣٢- سليمان صالح - صناعة الأخبار في العالم المعاصر -ط١ دار النشر للجامعات - القاهرة ١٩٩٢صـــ١٣٤.
٣٣- محي الدين عبد الحليم - المناهج المستخدمة فـــي علـــوم الصـــحافة والإعـــلام والعلـــوم الإسلامية. بحث مقدم لندوة مناهج البحث العلمي بالمجلس الأعلى للصـــحافة فـــي إبريـــل ١٩٨٦.
٣٤- سليمان صالح - مرجع سابق صـــ١٣٨ وما بعدها.
٣٥- المصدر السابق نفسه صـــ ١٣٩.
٣٦- المصدر السابق نفسه صـــ١٣٩ وما بعدها.
٣٧- لطفي ناصف - مرجع سابق صـــ١١١ وما بعدها.

٣٨- المرجع السابق نفسه صـــ٨٥.

٣٩- ميلفن مينتشر : تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتليفزيون : ط١ ترجمة د.أديـب خضور – سلسلة المكتبة الإعلامية رقم ٧ – بيروت ١٩٩٨ م صـــ٦٧.

٤٠- المرجع السابق نفسه صـــ٦٩.

٤١- مرعي مدكور – كمرجع سابق صـــ١٥٩.

٤٢- جلال الدين الحمامصي- من الخبر إلى الموضوع الصحفي دار المعارف – القاهرة ١٩٦٥ صـــ٢١٥.

٤٣- د. سليمان صالح – مرجع سابق – صـــ ١٧٦، ١٧٧.

٤٤- المرجع السابق نفسه صـــ١٧٨ – ١٧٩.

٤٥- منير .ك.ناصر – قيم الأخبار في مقابل الأيدلوجيا، في مالرتن وشودري، نظـم الإعـلام المقارنة: ترجمة على درويش – الدار الدولية للنشر والتوزيع- ١٩٩١ صـــ٧٦- ٧٧.

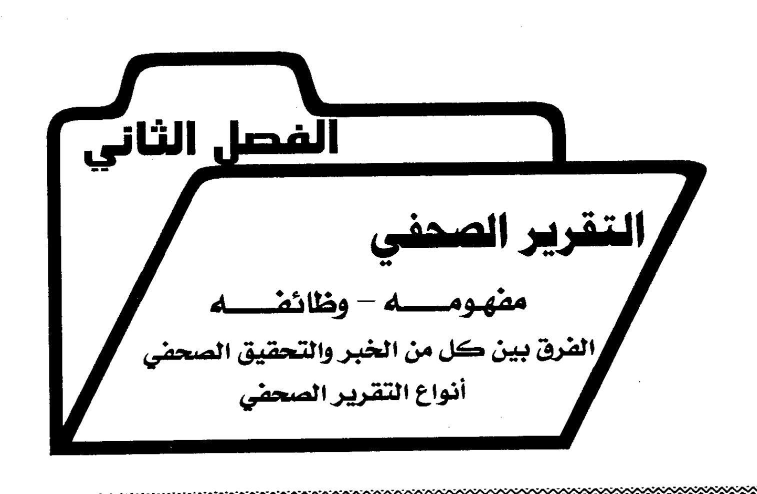
٤٦- مرعي مدكور مرجع سابق صـــ١٦٣.

٤٧- سلميان صالح – مرجع سابق صـــ١٧٥.

٤٨- لطفي ناصف – صناعة الأخبار فن – ط١ -د.ن . القاهرة ١٩٩٨. صـــ٩٠.

٤٩- أسماء حافظ – مرجع سابق – صـــ٢٠٥ وما بعدها.





الفصل الثاني
التقرير الصحفي
مفهومــــه - وظائفــــه
الفرق بين كل من الخبر والتحقيق الصحفي
أنواع التقرير الصحفي

بسم الله الرحمن الرحيم

التقرير الصحفي.. شكل من أشكال الكتابة الصحفية ويعد من أحدث الأشكال الصحفية، حيث كانت الصحافة في القرن الماضي تعتمد على الأشكال التقليدية للكتاب الصحفية مثل المقال والتحقيق والحديث ثم أشتهر فن التقرير الصحفي وأصبح يستخدم بكثرة خلال السنوات الماضية:

في السبعينيات واجهت الصحافة الأمريكية أزمة تمثلت في انخفاض معدلات قرائها بصورة ملحوظة، وبعد البحث والاستقصاء أتضح أن القارئ الأمريكي **لم** يعد لديه وقت لقراءة المقالات الطويلة المعمقة أو التحاليل الضخمة التي تأخذ في كثير من الأحيان ما لا يقل عن ثلاثة أرباع الصفحة وربما كانت صفحة كاملة، لأن القنوات التليفزيونية جذبت إليها الانتباه، وبالتالي جددت الصحافة الأمريكية ثيابها. وابتكرت فن التقرير الصحفي لمواجهة جذب الشاشة الصغيرة للمواطنين.

ولقد كان علماء الصحافة يطلقون على التحقيق والحديث والريبورتاج عنواناً واحداً هو "التقرير الصحفي" منهم أستاذنا الدكتور عبد اللطيف حمزة، ثم سار على نهجه من كتبوا في هذا الموضوع من المؤلفين العرب.

ومصطلح "التقرير" ليس قاصراً على المجال الصحفي فقط،.. فالمكاتب الفنية والاستشارية ومراكز البحوث والوزارات والمصالح تعد كل يوم العديد من التقارير في شتى المجالات، فكلما بدت لنا من المشاكل تطلب الأمر إعداد "تقرير" عنها، حتى نستطيع الإلمام بكافة جوانبها واتخذا القرارات اللازمة حيالها، وهكذا نجد هناك التقارير الطبية والتقارير الاقتصادية والعسكرية والسياسية والأمنية والعملية .. إلخ.

ويعرف الدكتور لطفي ناصف في كتابه "صناعة الأخبار" التقرير بأنه وصف تفصيلي حول الأحداث الواقعية الراهنة، فيصف هذه الأحداث بالتفصيل في سيرها وديناميكيتها كقضايا اجتماعية، ولا يقتصر التقرير على الجوانب الجوهرية فقط كما والحال بالنسبة للخبر، ولكنه يقوم من خلال الوصف الزمني والمكاني للأحداث

الواقعية، يشرح القصية الاجتماعية بشكل شامل وواضح وحيوي وفي لغة واضحة وسهلة وجذابة[١] والتقرير لا يقتصر على العرض المنطقي الموضوعي، بل إنه يستطيع أن يقدم عناصر ذاتية وشعورية وعاطفية من خلال العرض.

ويؤكد علماء الصحافة أن قوة التقرير الصحفي تزداد عندما يكون كاتب التقرير شاهد عيان للأحداث.

وتقد صحيفة أمريكية وصفاً موجزاً للتقرير الصحفي فتقول:

"إن محرر التقرير يكتب كل ما يراه وما يسمعه".

أما بالنسبة للصحافة العربية،فنجد أن أول من حاول وضع تعريف للتقرير الصحفي هو الدكتور محمود عزمي أحد رواد الصحافة في مصر.. يقول الدكتور عزمي: التقرير هو نوع من الإعلام وإخطار القارئ بشيء جديد، فهو تسجيل لما يراه الصحفي ولما يسمعه ولما يستطيع أن يعرفه بطريق مباشر أو غير مباشر.

ثم هو في الوقت نفسه مراقبة لصحة الوقائع التي يسجلها وتنسيق كل ذلك وترتيبه وإخراجه في تحرير صحفي جذاب".

ويضع الدكتور محمود أدهم تعريفاً للتقرير لا يختلف في مضمونه عن غيره وإن كان أكثر تفصيلاً إذ يقول :"التقرير هو وصف تسجيلي دقيق وأمين تقدم الصحيفة أو المجلة من خلاله، في لغة واضحة وجذابة جميع التفاصيل التي تهم القارئ والمدعمة بالمعلومات والأقوال والصور والوثائق والوقائع وتطورات ونتائج حدث هام أو قضية مؤثرة أو تجربة ذات شأن أو نشاط جدير بالتناول. كما عاشها المحرر وحصل عليها، وذلك من أجل التعريف الكامل بها ونوعية القراء وتثقيفهم وتعليمهم وتسليتهم وتحقيق الربح لوسيلة النشر"[٢].

والتقرير الصحفي لا يقتصر على جانب معين من جوانب النشاط الإنساني الذي تعمل الصحف على إبرازه. فالتقرير يغطي مساحة واسعة من الاهتمامات العامة في المجتمع، فهو يتناول كل ما له صلة باهتمامات القراءة، وما يتعلق بحياتهم بصفة مباشرة أو غير مباشرة، فهناك التقرير السياسي الذي يتناول النواحي

السياسية سواء في الداخل أو الخارج، وهناك التقارير الاقتصادية والعسكرية والثقافية وغيرها.

أما د. فاروق أبو زيد فيعرف التقرير بقوله[٣]:

التقرير الصحفي هو فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي وهو فن يضم مجموعة من المعارف لمعلومات حول الوقائع في حركتها الديناميكية، فهو يتميز بالحركة والحيوية.

وهو يقوم على عرض الوقائع مع خلفياتها وتفصيلاتها وهو الشكل الرئيسي في المجلات الإخبارية العالمية مثل التايمز ، النيوزويك.

ويرى د. فاروق أبو زيد أنم التقرير الصحفي هو القالب المناسب للتغطية التفسيرية هو يقدم معلومات وبيانات جديدة حول حدث أو واقعة لا يستطيع الخبر القصير السريع أو القصة الخبرية تقديمها بشكل مناسب.

هو أيضا يقدم تقييما موضوعيا لهذه البيانات أو المعلومات سواء عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتصميمات التي تدلي بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير، أو تلك التي يتوصل إليها بنفسه.

والتقرير الصحفي لا يقتصر على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير، فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث كلما زادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي.

وللتقرير الصحفي وظائف عديدة منها:

أ- تقديم معلومات شاملة لكل جوانب الحدث.

ب- تحليل لهذه المعلومات من خلال التفسير ووضعها في إطارها العام.

ج- تقديم خلاصات أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.

د- توقعات أو تنبؤ بما سيكون عليه المستقبل أو المؤشرات التي ينطوي عليها.

ويمكن أن نفرق بين التقرير الصحفي والخبر الصحفي فيما يلي:

١- أن الخبر يصف بدقة وموضوعية وحياد أي واقعة أو حادثة أو فكرة جديدة وصحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وتثير اهتمامهم بينما التقرير الصحفي يتضمن وجهة نظر الكاتب ورأيه في بعض الأحداث التي يعد تقريراً عنها.

٢- من الضروري أن يختفي كاتب الخبر، بحيث يفقد الخبر موضوعيته بل صفته كخبر، إذا برز من ثناياه شخصية المحرر الذي كتبه أما في التقرير فيفضل أن تظهر شخصية المحرر حيث يكون من حقه أنم يعرض إلى جانب الوقائع الملموسة انطباعاته الشخصية وآرائه وأحكامه واستنتاجاته ويمكنه أيضا أن يقدم الأشخاص ويعرض وجهات نظرهم، بل يمكنه أيضا أن يقدم معلومات ذات طابع وثائقي.

٣- أن الخبر يركز على نقل الحدث فقط في حين نرى التقرير يسرد التفاصيل بحيث يستوعب الجوانب التالية:-

أ- الظروف التي أدت إلى وقوع الحدث.

ب- الأشخاص الذين لعبوا دوراً في هذا الحدث.

ج- تقديم مزيد من التفاصيل الجانبية عن الحدث، وهي تفاصيل قد لا تكون ضرورية إذا اقتصر على نشر الحدث كخبر صحفي.

فعلى سبيل المثال عندما ألمح بنيامين رئيس الوزراء الإسرائيلي في حديثه لجريدة بريعوت أحرونوت الإسرائيلية إلى أن المسجد الأقصى بناه اليهود.. وجدنا أن بعض الصحف العربية والعالمية سارعت بنشر تقارير صحفية حاولت أن تجيب من خلالها على سؤال يقول: من بنى المسجد الأقصى؟

الفرق بين التقرير الصحفي والتحقيق الصحفي:

١- أن التحقيق يتميز بالتعمق في بحث ودراسة الأبعاد المختلفة في حين يكتفي التقرير بتقديم صورة سريعة للحدث أو يقوم بالتركيز على جانب منه دون أن

يغرق في التفاصيل المدعمة بالبحث والدراسة، فالتقرير يقدم تفاصيل أكثر من الخبر وأقل من التحقيق.

٢- إن هدف التحقيق إقناع القارئ بأهمية وخطورة القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها كاتب التحقيق، وذلك بهدف كسب الرأي العام لصالح القضية التي يطرحها، أما التقرير الصحفي فينحصر هدف كاتبه في إثارة اهتمام القارئ بالموضوع، وذلك بتقديم معارف ومعلومات جديدة أو ظريفة أو غريبة أو مسلية عن حدث من الأحداث الجارية وقد لا يزيد هدف التقرير عن هدف تسلية القارئ وإمتاعه بالمعلومات الغريبة.

٣- إن أسلوب كتابة التحقيق الصحفي يختلف عن أسلوب كتابة التقرير الصحفي، فالتحقيق يحتاج إلى أسلوب بسيط ولكن عميق،وهو يحتاج لكي يقنع القارئ بالقضية أو المشكلة التي يطرحها أن -يعتمد في أحيان كثيرة على الدراسات والأبحاث وأن يستعين بالأرقام والإحصائيات والرسوم الإيضاحية وغير ذلك مما يحتاجه التحقيق الصحفي أما التقرير الصحفي فإنه يحتاج إلى أسلوب بسيط ضح، وجمل قصيرة تلغرافية مع جمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات، وهو في ذلك لا يعتني بما كتب في الموضوع من أبحاث ودراسات ولا تقارير ولا يعنيه أن يسجل كل الحقائق بالأرقام أو أن يدعمها بالبيانات والإحصائيات والرسوم.

وإذا كان التقرير الصحفي يختلف مع التحقيق الصحفي في النقاط السابقة، فإنه يتفق معه في النقاط التالية:

١-إنه قد يشتمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى كالخبر والتعليق والصور والرسوم.

٢- أنه يكتفي بالإجابة على السؤال السادس من الأمثلة الستة وهو: لماذا؟

٣- أنه يظهر ويكشف عن شخصية كاتبه.

٤- أنه ليس مطالبا بالتعبير عن سياسة الجريدة وإن كان مطالبا بألا يتناقض معها.

٥- أنه يرسم صورة واقعية للحياة ولا يقوم على الخيال كما هو الشأن في القصة الأدبية.

ويبقى أن نقول إن التقرير الصحفي يحتاج إلى التعاون الوثيق بين المحرر الإخباري ومحرر المعلومات، حيث يحتاج إلى خلفية بحثية، وتعمق في التفاصيل والمسببات والبعد التاريخي، وكذلك الصور والرسوم الشارحة والتعبيرية، وفي بعض الأحداث المهمة الإخبارية يتم تكوين فريق عمل يضم إلى جانب المحررين والمراسلين فريق بحث من محرري المعلومات.

كيف نكتب التقرير الصحفي؟

تختلف طرق كتابة التقرير الصحفي عن طرق كتابة الخبر الصحفي، فإذا كان الخبر الصحفي يكتب بطريقة الهرم المقلوب، أي أن توضع في المقدمة أهم الحقائق والأحداث أو المعلومات.. ثم يوضع في جسم الخبر المعلومات أو الأحداث أو الحقائق الأقل أهمية . إلا أن التقرير الصحفي يكتب بطريقة معاكسة للخبر الصحفي.. أي يكتب بطريقة الهرم المعتدل.

وبمعني أخر يجب أن تضم مقدمة التقرير الصحفي مدخلاً أو مطلعا يمهد لموضوع التقرير بأن يتناول زاوية معينة من زوايا الموضوع يختارها الكاتب بعناية..

وهذا المدخل أو التمهيد لا يضم خلاصة الموضوع أو أهم حقائقه، وإنما يضم فقط مطلعاً أو مدخلاً منطقياً يتوسل به الكاتب إلى شرح موضوع التقرير بحيث يضم جسم التقرير التفاصيل والشواهد والصور الحية للموضوع ليصل بنا الكاتب في النهاية إلى خاتمة التقرير الصحفي وهي التي تكشف عن أهم النتائج التي توصل إليها كاتب التقرير.

وبذلك يتضح لنا أن البناء الفني للتقرير الصحفي يجعله يختلف عن بناء الخبر الصحفي في جانبين هامين:

الأول: أنه في حين يحتوى الخبر الصحفي على جزئين فقط وهما:

مقدمة الخبر وجسم الخبر، نجد التقرير يحتوى على ثلاثة أجزاء هي:

١- مقدمة التقرير.

٢- جسم التقرير.

٣- خاتمة التقرير.

ويقول د. فاروق أبو زيد إنه يجب أن يحتوي التقرير الصحفي على الأجزاء الثلاثة التالية:

أولاً: مقدمة التقرير الصحفي:

ولها عدة وظائف:

أ- أنها تمهد للموضوع.

ب-أنها تهيئ القارئ لاستيعاب الموضوع وجذبه إليه.

ومقدمة التقرير قد تحتوي على العناصر التالية:

أ- واقعة ملموسة.

ب- موقف معين.

ج- صورة منطقية.

د- زاوية جديدة لموضوع غير جديد.

وتتحدد قيمة المقدمة على ضوء الاعتبارات التالية:

(١) مقدرة المقدمة على جذب انتباه القارئ إلي الموضوع الذي يعالجه التقرير الصحفي.

(٢) قدرة المقدمة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقية التقرير الصحفي وفي نهايته.

ثانيا: جسم التقرير الصحفي:

جسم التقرير الصحفي هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير كذلك يضم الأدلة والشواهد أو الحجة المنطقية التي تدعم الموضوع الذي يتناوله التقرير.

ومن الضروري أن يتضمن جسم التقرير جانبين مهمين هما:

١- مسار الحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير.. وتطور هذا المسار منذ بدايته وحتى نهايته.

٢- الربط بين الوقائع التي يضمها التقرير، وأن يكشف عن العلاقات بينها، حتى يكشف ما وراءها أو ما يكتنفها من غموض.

ثالثا: خاتمة التقرير الصحفي:

وهي آخر جزء من التقرير وأهم ما فيه ويجب أن تتضمن :

١- تقييم المحرر الموضوع التقرير الصحفي.

٢- عرض للنتائج التي وصل إليها المحرر خلال بحثه في موضوع التقرير.

٣- التصميم لحقائق معينة أو آراء خاصة أو لبعض النتائج التي حصل عليها المحرر.

ويجب أن تترك خاتمة التقرير صدى عن موضوع التقرير لدى القارئ وأن تدفعه إلى اتخاذ موقف أو تكوين رأي معين تجاه الموضوع أو المشكلة التي يثيرها التقرير الصحفي.

أنواع التقرير الصحفي:

[١] التقرير الإخباري:

هو التقرير الذي يهتم في المقام الأول بعرض وشرح وتفسير بعض زوايا أو جوانب من الأخبار أو الأحداث أو الوقائع اليومية الجارية وهو لذلك يسمى في بعض الأحيان بـــ"تقرير المعلومات" وأحياناً يسمى "التقرير الموضوعي".

ويؤدي هذا النوع من التقارير وظائف عديدة منها:

١- تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يوفيه حقه من النشر[٤].

٢- إبراز زوايا جديدة أو جوانب جديدة عن حدث معروف.

٣- تقديم الخلفية التاريخية أو الخلفية الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير، ذلك لأن هذه الخلفية توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.

على سبيل المثال فإن من يكتب عن النزاع بين سوريا وإسرائيل حول الانسحاب الإسرائيلي من الجولان، لا يمكن أن يفهم حقيقة هذا النزاع إلا أعطانا خلفية تاريخية حول الصراع العربي الإسرائيلي.

٤- تقديم تقييم موضوعي لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتصميمات التي تدلي بها الشخصية التي يستشهد بها كاتب التقرير أو تلك التي يتوصل إليها بنفسه.

والتقرير الإخباري لابد أن يتصف بصفتين:

١- الالتزام بالأسلوب الموضوعي في عرض المعلومات والبيانات والآراء ونعني عدم تحيز الكاتب أثناء سرد المعلومات.

٢- أنه بنفس القدر الذي يجب أن يهتم فيه كاتب التقرير بتقديم المعلومات والبيانات الجديدة فلابد أن يهتم أيضا بتقديم الخلفية التاريخية لموضوع التقرير خاصة تلك الخلفية ذات الطابع الوثائقي.

والتقرير الإخباري يلبي احتياجات إعلامية مهمة للقارئ المعاصر وخاصة فيما يتعلق بالقضايا الحيوية في المجتمع الحديث، لذلك يندرج تحت هذا النوع العديد من التقارير مثل:

١- التقرير السياسي.

٢- التقرير الاقتصادي.

٣- التقرير التعليمي.

ومن أمثلة التقرير الإخباري ما نشرته صحيفة الأهرام في ١١ فبراير ٢٠٠٠ على الصحيفة السابقة بعنوان :

مجلس الشعب ... ومناقشة القضايا الجماهيرية

وقالت في مقدمته وصلب التقرير:

(ناقش مجلس الشعب عدة قضايا جماهيرية ابتداء من أنبوبة البوتاجاز وتوفيرها للاستهلاك المنزلي وعدم حدوث أزمة في توزيعنا ورفع أسعارها . وموضوع التأمين الصحي وخطة تطويره ومد مظلته لشمل فئات جديدة بالمجتمع باعتباره أنسب قطاع يمكن أن يؤدي خدمات علاجية للمواطنين بأسعار مناسبة لا تمثل عبئا في مواجهة ارتفاع أسعار العلاج والأدوية. وامتدت مناقشات المجلس إلى الاحتفال بالألفية الثالثة وما ثار بشأنها من تساؤلات. وإلى ما يتعلق بحصص الجمعيات الخيرية من عدد الحجاج إلى بيت الله الحرام. وناقش ضرورة توفير المصل الواقي للأنفلونزا.

وحل أزمة البوتاجاز في عدد من المحافظات والتي أثارها عبد المنعم العليمي رضا عبد الرحمن. قال المهندس أمين سامح فهمي وزير البترول إن مشكلة البوتاجاز قضية حيوية والبوتاجاز سلعة تنتج في مصر والباقي يتم استيراده من الخارج. وقال هناك طاقات للمستودعات وأخرى لخطوط الأنابيب ومحطات التعبئة. وتحدث عن مشاكل توزيع الأسطوانات وأسعارها موضحاً أنه تم استيراد مائة ألف طن بوتاجاز في الشهر الماضي وزاد عدد الأسطوانات إلى بنسبة ١٠% وقال إن الوزارة نسقت مع الوزارات الأخرى المسئولية لتنظيم عملية توزيع الأسطوانات وأسعارها موضحاً أنه تم استيراد مائة ألف طن بوتاجاز في الشهر الماضي وزاد عدد الاسطوانات بنسبة ١٠% وقال إن الوزارة نسقت مع الوزارات الأخرى المسئولية لتنظيم عملية توزيع الاسطوانات والتحكم في سعر البوتاجاز، وقال إن هناك خطة لتقليل المساحة المطلوبة للمستودعات للقضاء على مشاكل البوتاجاز، وقال الوزير إن خدمة الغاز الطبيعي مريحة وآمنة ولا توجد فيها أية سوق سوداء، ولكنها مكلفة للغاية وتحتاج إلى استثمارات كبيرة، حيث تبلغ تكلفة توصيل الغاز ثلاثة آلاف جنيه كل شقة.

وحول التأمين الصحي وقصور العلاج بمستشفياته في ضوء ما أثاره د. يحيى أبو شميث والبدري فرغلي وأحمد أبو حجي وبدر شعراوي وياسر الديب وصبري بلال وعبد العزيز الدامي، أعرب الدكتور إسماعيل سلام وزير الصحة عن سعادته بممارسة الرقابة البرلمانية. وقال إن الحكومة والمجلس متفقان على أن التأمين الصحي الموجود حالياً أصبح لا يتناسب مع العصر الذي نعيش فيه حيث بدأ العمل به عام ١٩٦٤ بمقاييس تلك الآونة حيث يدفع العامل ٥٠% بينما يتكبد التأمين الصحي اليوم ٤٢ جنيها في السنة للفرد من مستحقي التأمين. ويتحمل ٧٠ جنيها للفرد من أصحاب المعاشات مما أدي إلى قصور موارد التأمين الصحي عن أداء الخدمة فضلا عن ارتفاع أسعار العلاج والخدمات وأوضح أن التأمين بوضعه الحالي رغم ما يعتريه من سلبيات له دور في خدمة المواطنين حيث بلغ عدد المترددين على عيادته ٢٧ مليون مواطن سنوياً بينما بلغ عدد المترددين على عيادات الأخصائيين ١٤ مليون مواطن، وهذا عدد مساوي بعدد المترددين على التأمين الصحي بأوربا. وقال إنه قد يساء استغلال التأمين الصحي حيث يوجد ثغرات في القانون الحالي سمحت بأن يكون هناك استغلال وانتهاك للموارد وأيضا فاقد اقتصادي، وأوضح أنه تم إنفاق عشرة ملايين جنيه لحالات القلب وخمسة عشر مليون جنيه لحالات الأورام وعشرين مليون جنيه لعلاج النخاع وتم إنفاق ٢٢ مليون جنيه لتحويل مرضى إلى مستشفيات متخصصة جامعية وانفق ٥١ مليون للغسيل الكلوي وعشرة ملايين للأجهزة التعويضية..

ويبلغ إجمالي ما تم إنفاقه على الخدمات المتميزة والنوعية ٢٣٠ مليون جنيه وأكد أن الحكومة ستتقدم للمجلس بمشروع قانون جديد للتأمين الصحي يعتبر صورة حديثة ومشرفة لإيجاد كائن حي اسمه التأمين الصحي.

وحول احتفال مصر بالألفية الجديدة على ضوء ما أثاره فؤاد بدراوي وعبد الله القريفان وثريا لبنة حول حجم الإنفاق والمستوى والأهداف المرجوة منها، رد فاروق حسني وزير الثقافة قائلا أن حضور الألفية كان تاريخياً غير مسبوق

وأن نقلها م مصر للعالم فخر لكل مصري حيث استمتع بها ٢,٥ مليون مشاهد. وأكد أن الاحتفالية المصرية كانت واحدة من أعظم ثلاثة احتفاليات بالألفية الجديدة.

وقال أن معايير النجاح يتمثل أهمها في حضور ١١٥ آلف مشاهد بدلاً من ٥٠ آلفا وتوزيع ٨٥٠٠٠ خيمة بدلا من ٦٥٠٠ وأذاع الاحتفالية عبر ٣٠٠ قناة تليفزيونية عالمية تصدرتها مصر، وانخفاض تكاليف الاحتفالية المصرية بالمقارنة بتكاليف احتفاليات بعض الدول مثل إسرائيل وفرنسا وإنجلترا وغيرها، وأشار الوزير بجهود وزارتي الدفاع والداخلية بالتعاون والتنسيق مع محافظة الجيزة ووزارة الثقافة مشيراً إلى إنه لم يقع حادث واحد ولو بسيط خلال الاحتفالية، حيث كان النظام سيد الموقف،وقال أن الهدف العائد من الاحتفالية هدف اقتصادي بالدرجة الأولى وأن العائد كان إيجابيا وأشار إلى التأثير الدولي المباشر وقال أن هذا العمل لا تقوم به إلا دولة عظمي، مؤكدا أن نجاح الاحتفالية انتصار لمصر كلها وليس وزارة الثقافة، وقال أن مجلس الشعب ممثلا في اللجنة المختصة وافق على الاحتفالية وكذلك وافق مجلس الوزراء وقال إن الاحتفالية سوف يستمر أثرها لعدة سنوات مشيرا إلي حصول مصر على ٧٧,٥% من إيرادات بيع الفيلم المنتج عن الاحتفالية والبث المباشر واسطوانات الليزر والبث على شبكة الانترنت وذلك لمدة أربع سنوات. وأكد أن عائد بيع الاسطوانات والأشرطة سيكون كبيراً جداً ونوه إلى انخفاض قيمة العقد مع الشركة الإنجليزية من ٩,٥ مليون دولار إلى ٨,٥ مليون وقال إنه تم استرداد ١,٢ مليون دولار من الشركة نظير الخدمات.

وحول ما أثاره محمد علام وممدوح حسن ومحمد عيد القمصاني وقدري الشنب وموسى عبد الخالق حول تأشيرات الحج وتوزيعها على الجمعيات الأهلية وانخفاض أعدادها. أشارت الدكتور أمينة الجندي وزيرة التأمينات والشئون الاجتماعية إلى انخفاض حصة الوزارة من تأشيرات الحج هذا العام بنحو ٢٥٠٠ تأشيرة عن العام الماضي. وأوضحت أنه تم توزيع الحصة التي انتقصت من

الوزارة على أعضاء مجلس الشعب والشورى بواقع ثماني تأشيرات لكل عضو باعتبارهم أقدر على الوصول للمواطنين.

وأكد التزام الوزارة بالتوزيع الجغرافي مشيرة إلى انخفاض حصة محافظة القاهرة بواقع ٥٠٠ تأشيرة عن العام الماضي. وأكدت تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص.

ومن الملاحظة أن هذا التقرير الإخباري من مجلس الشعب قدم حصيلة حول المناقصات التي تمت في مجلس الشعب خلال الفترة الماضية ويهدف التقرير إلى تأكيد أن مجلس الشعب ناقش قضايا جماهيرية.

ومن الملاحظ أن عنوان التقرير كان تقليديا وهذا وضع طبيعي لأن التقرير في الأهرام الصحيفة المحافظة التي تميل إلى العناوين التقليدية، وترفض العناوين المثيرة.

كما كانت المقدمة وصفية، حيث وصفت اهتمام مجلس الشعب بقضايا الجماهير، وحرص المجلس على مناقشة أكثر من قانون يهم قطاعات مختلفة من الجماهير.

[٢] التقرير الحي:

وهو الذي يركز على التصوير الحي للأحداث والوقائع، فهو يهتم برسم صورة للوقائع والأحداث أكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها أو تفسيرها.

ويركز التقرير الحي على وصف الحدث نفسه أو الواقعة نفسها لكن التقرير الإخباري يركز على سرد البيانات والمعلومات حول واقعة ما وتحليلها وتقييمها.

وهو أيضا يعبر عن الأفكار والمشاعر الشخصية لكاتب التقرير أو الأشخاص الذين يدور حولهم الحدث، ويعكس رؤيتهم الخاصة للحدث.

ويتميز التقرير الحي بأنه يجعل القارئ يعيش في الحدث نفسه، وكأنه شارك في رؤية الحدث[٥].

ويكتب التقرير الحي بطريقة قالب الهرم المعتدل، ويركز في الأعم الأغلب على تغطية الأخبار الخفيفة.

نموذج للتقرير الحي:

نشرت صحيفة المساء[٦] التقرير الحي التالي من بطولة الأمم الإفريقية بكل من نيجيريا وغانا.

كان العنوان يقول: .. **وانكشف منتخب تونس**

تلاعب به الكاميرون وهزمه بالثلاثة، وأثبت أن فوزه على فريقنا.. صدفة

بدأ المحرر الرياضي للمساء تقريره عن المباراة بين فريقي تونس والكاميرون في دور الأربعة لبطولة الأمم الأفريقية بمقدمة حاول فيها رسم الصورة العامة للمباراة، حيث ركز على وصف الحدث نفسه، وهو هنا المباراة فقال محرر المساء:

انكشف منتخب تونس في الدور قبل النهائي لبطولة الأمم الأفريقية،تلاعب به منتخب الكاميرون وهزمه بالثلاثة وأثبت أن فوز التوانسة على فريقنا لم يكن إلا صدفة، وأن منتخب مصر هو الذي تهاون في حقه، وأعطى الفرصة لتونس للوصول إلى المربع الذهبي بدلاً منه.

لعب فريق الكاميرون الملقب بالأسود مباراة قوية، وفرضوا كلمتهم طوال المباراة على الفريق التونسي الذي لم يستطع المقاومة كثيراً خاصة في الشوط الثاني الذي أحرز فيه الكاميرون أهدافه الثلاثة الملعوبة، وقد بذل مدافعو تونس مجهوداً كبيراً للحد من خطورة مهاجمي الكاميرون.

أما جسم التقرير فقد تحدث فيه المحرر عن الشوط الأول وسرد التفاصيل: ثم وضع العدد من الفقرات الانتقالية، ويلاحظ فيها حرص المحرر على أن ينقل الحدث، بحيث أن القارئ الذي لم يشاهد المباراة يمكنه أن يأخذ صورة حية لما حدث وكأنه كان يشهدها بالفعل.

شوط متكافئ

جاء الشوط الأول متكافئا بين الفريقين لعباً ونتيجة وكاد السليمي أن يضع فريقه في المقدمة بعد مرور دقيقتين إثر تلقيه كرة عرضية من رءوف بوزيان لعبها برأسه في يد الحارس الكاميروني ويستمر الحال ما بين انطلاقات ومحاولات، من كلا الفريقين إلا أنها باءت جميعها بالفشل لتسرع المهاجمين في إنهاء الهجمات لينتهي الشوط الأول بالتعادل السلبي بدون أهداف.

مع بداية الشوط الثاني وبعد مرور ثلاث دقائق يتحول مجري اللقاء تماما بعد أن تمكن باتريك مبوما مهاجم الكاميرون من إحراز الهدف الأول لفريقه بعد أن خطف الكرة من دربكة أمام المرمي ويضعها في مرمى شكري الواعر ليتسيد الأسود المباراة ويصلون ويجولون جنبات الملعب وفي نفس الوقت حاول التوانسة إحراز هدف التعادل لكن دون جدوى حيث كانت هجماتهم دون الفعالية الأكيدة بالإضافة لعدم التحفيز الجيد لها مما أعطى الدفاع الكاميروني الفرصة لتحطيم كل هجمات تونس.

مع اقتراب المباراة من نهايتها يتقدم الفريق التونسي بكل خطوطه بغية تسجيل هدف التعادل فتفتتح "شوارع وميادين" في خط دفاعه استغلها الهجوم الكاميروني جيداً.

وفي النهاية يضع المحرر في خاتمة التقرير تقييمه للمباراة ورأيه فيها فيقول:

(وفي الدقيقة ٤٥ يمرر فارل فيفان الكرة إلى سيوما الذي ينطلق من الجانب الأيمن ويسددها في الزاوية الضيقة على يسار الواعر ليؤكد الأسود فوزهم الكبير واستحقاقهم للصعود إلى الدور قبل النهائي للبطولة في واحدة من أفضل مباريات الكاميرون إن لم نقل واحدة من أفضل مباريات البطولة على الإطلاق).

[٣] تقرير عرض الشخصية:

هو التقرير الحديث عن شخصية معينة ودورها في المجتمع. ولهذا النوع من التقارير وظائف عديدة يمكن الحديث عن أهمها على النحو التالي:

١- الرسم المتقن للشخصيات المشتركة في الأحداث اليومية الجارية.

٢- تصوير عملية الصراع بين الإنسان والطبيعة أو الإنسان والمجتمع أو الإنسان والمرض أو الإنسان والإنسان من أجل الشهرة أو المجد أو المال،مثل صراع الملك حسين عاهل الأردن مع المرض، وصراع انديرا غاندي من أجل المجد، وصراع الرئيس كلينتون لتغطية مغامراته النسائية.

ويجب على محرر تقرير عرض الشخصية أن يحرص التمييز الواضح بين آراء الشخصية وانطباعاتها عن الشخص موضوع التقرير وبين آراء الشخص نفسه(٧).

وتقرير عرض الشخصية يكتب أيضا بطريقة الهرم المعتدل حيث تضم هذه الطريقة التمهيد، وجسم التقرير، النتيجة أو الخلاصة.

مثال تقرير عرض الشخصية:

نشرت صحيفة "المساء" (٨) تقرير شخصية الكابتن فؤاد شعبان المدير الفني لفريق الألومونيوم بمناسبة وفاته فجأة: كانت العناوين الرئيسية للتقرير تقول:

مات فؤاد شعبان .. المدرب المهذب

انتهى من تجهيز الألومونيوم ووافته المنية قبل الاجتماع المسائي

اختار محرر التقرير جمال البدراوي أن يبدأ تقريره بمقدمة تقريرية وصفية، تكشف عن صفات الكابتن فؤاد شعبان فقال:

فقدت الرياضة المصرية نجماً من نجوم الملاعب الذي صالوا وجالوا على البساط الأخضر وهو الكابتن فؤاد شعبان المدير الفني لفريق الألومونيوم الذي وافته المنية بعد أن انتهى من التدريب الأخير له فريقه بملعب السكة الحديد استعدادا للقاء دينا الذي كان من المقرر أن يقام اليوم وتأجل إلى يوم الاثنين.

وفي جسم التقرير رسم المحرر صورة دقيقة للكابتن الأول فؤاد شعبان فقال:

الكابتن فؤاد شعبان رحمه الله من مواليد ٢١ يناير ١٩٣٧ "السويس" كان نجماً من نجوم السويس في عصره الذهبي حيث نشأ فيه وانضم من خلاله إلى

المنتخب أكثر من مرة (وبعد اعتزاله في أوائل الستينيات تولى تدريب أندية الأهلي - والسويس والمصري والقناة ومنتخب مصر، ثم الترسانة والألومونيوم، كما تولى تدريب بعض الفرق العربية مثل الوحدة السعودي والقادسية الكويتي، والرياض السعودي. وذلك خلال ٣٥ عاماً كاملة قضاها في التدريب، كان خلالها مثال الأخلاق الحميدة والخبرة التدريبية الكبيرة.

ثم قدم المحرر جوانب أخرى في حياة الكابتن فؤاد شعبان فقال:

وللفقيد ولدان هما محمد محاسب بوكالة الأهرام للإعلان والثاني مروان الطالب بالفرقة الثالثة بكلية التجارة – جامعة القاهرة.

وشرح المحرر في تقريره ظروف وفاة الكابتن فؤاد شعبان فقال:

جاءت وفاة الكابتن فؤاد شعبان في منزله بعد أداء المران مع فريق الألومونيوم. وكان من المقرر أن يتناول الغذاء مع الفريق بمعسكره بأحد الفنادق القريبة من المنزل بالدقي.

إلا أنه فضل أن يكون ذلك في منزله، ثم طلب الخلود إلى النوم بغرفته ثم، استيقظ مع صلاة المغرب، وطلب من ابنه مروان حضور طبيب لشعوره بألم في صدره ليلقى ربه قبل حضور الطبيب.

ويختم المحرر تقريره بأن يحدد موعد قبول الأسرة العزاء في فقيد الرياضة فيقول: تشيع الجنازة اليوم من مسجد أسد بن الفرات بالدقي والعزاء يوم السبت القادم بمسجد الحامدية الشاذلية بسور نادي الزمالك.



هوامش الفصل الثاني

١- لطفي نصف – صناعة الخبار مرجع سابق صـــ١٥٦ وما بعدها.

٢- فاروق أبو زيد – فن الكتابة الصحفية مرجع سابق صـــ ١٣٣ وما بعدها.

٣- محمود أدهم – فن التقرير الصحفي، د.ط، القاهرة -١٩٨٨ صـــ ٩٦ وما بعدها.

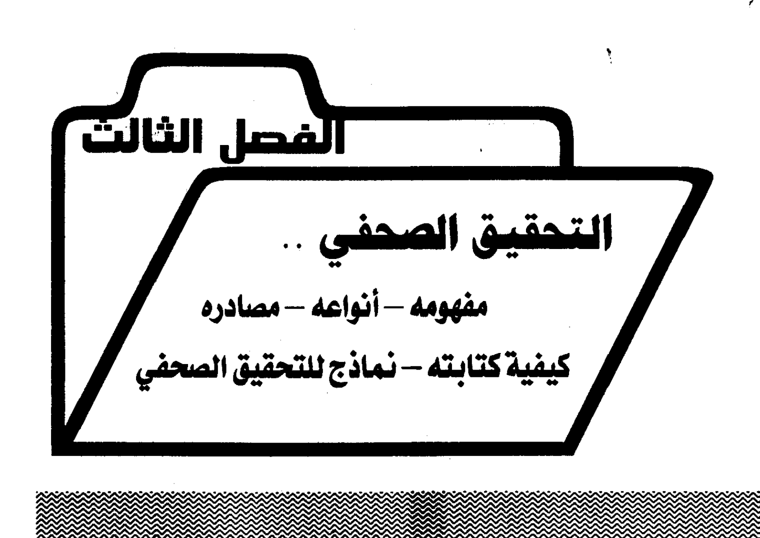
٤- فراس فابر – الصحافة الاشتراكية – ترجمة نوال حتيمي وآخرون – معهد الإعداد الإعلامي – دمشق- ٩٨ ، صـــ٢ -١٣٢.

٥- فاروق أبو زيد – فن الكتابة الصحفية- مرجع سابق صـــ١٦٠.

٦- حرية المساء العدد ١٥٦٢ السنة ٤٤ . ١١ فبراير عام ٢٠٠٠ صـــ١٤.

-فاروق أبو زيد- فن الكتابة الصحيفة مرجع سابق صـــ ١٦٨ – ١٦٩.




الفصل الثالث
التحقيق الصحفي ..
مفهومه – أنواعه – مصادره
كيفية كتابته – نماذج للتحقيق الصحفي

لعل السؤال الذي يطرح نفسه في البداية هو : ماذا نعني بالتحقيق الصحفي؟

التحقيق الصحفي هو فن يهتم بمناقشة قضية أو ظاهرة أو فكرة أو مشكلة وتقصي حقائق، وجمع معلومات حولها من مصادر متعددة، ومحاولة حلها، أو اقتراح أنسب الحلول لها.

والتحقيق الصحفي يبدأ من حيث ينتهي الخبر وهو يجيب عن السؤال : لماذا؟

والتحقيق الصحفي يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق(١).

والتحقيق الصحفي يلبي وظائف الصحافة الأساسية، فهو من ناحية يلبي وظيفة الإعلام.. حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.

وهو من ناحية ثانية يلبي وظيفة الصحافة وفي تفسير الأنباء،فالتحقيق الصحفي يقوم بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك عن طريق الكشف عن أبعادها الاجتماعية ودلالاتها السياسية.

والتحقيق الصحفي يلبي وظيفة الصحيفة في التوجيه والإرشاد وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته وبالبحث لها عن حلول.

وكذلك فإن التحقيق يلبي وظيفة الصحافة في التسلية والإمتاع فهو يركز أحيانا على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.

وكذلك فإن التحقيق الصحفي يلبي الوظيفة الإعلانية للصحيفة وذلك بترويج سلعة، أو الإشادة بمشروع معين وهو ما يسمى بالتحقيقات الإعلانية ويعرف بعض الباحثين التحقيق فيقول(٢): إنه كلام منقول من شاهد عيان فالقارئ يجد نفسه أمام حقيقة منقولة من شاهد يصورها له بأسلوب الصحف أو ينقل إليه أقوال الشهود، وما تناقل إلى سمعته من أقوال مختلفة.. وهكذا يبدو الصحفي أمام القارئ وكأنه محايد في نقل الوقائع.

ومن هنا تأتي خطورة التحقيق الصحفي في النواحي الآتية:

أولا: يبدو الصحفي أمام القارئ بصورة محايد.. والحقيقة أن الصحفي في نقل وقائع الحادث أو الموضوع مجال التحقيق لا يمكن أن يكون محايداً .. فهو يعبر عن وجهة نظره في رؤية الحادث .. وكذلك اختيار الأقوال..

فقد يدخل الصحفي مصنعاً .. فلا يلتفت إلى النواحي الإيجابية بل يركز انتباهه إلى النواقص السلبية .. وقد ينقل أقوال أشخاص موتورين ويتجاهل الأقوال الأخرى..

ثانيا: إن أسلوب التحقيق الصحفي يتسم دائما بالتشويق .. وهو أقرب إلى نقل صورة واقعية.. مما يترك تأثيرا يبقى طويلاً في ذهن وأعماق القارئ.

ثالثا: إن التحقيق الصحفي مدعم بالصورة وهي مختارة من وجهة نظر المحرر أو المصور أو سكرتير التحرير.. فهي ليست بالضرورة الصورة الصادقة أو المعبرة عن الواقع محل التحقيق .. ولكنها تعطي القارئ تأكيدا بصدق ما يكتب الصحفي.

ويذكر د. إبراهيم (إمام)[٣] أن التحقيق فن يبدأ عادة من النقطة التي ينتهي عندها الخبر، وهو فن التنوير والتثقيف بأسلوب جديد يصل إلى كافة الإفهام، لأنه ينطوي على تحرير صحفي وفن تصويري وتجسيد للمعاني وتبسيط للحقائق، مع استخدام الصورة الفوتوغرافية والرسوم الإيضاحية والخرائط التفسيرية، والنماذج التي تيسر الفهم لكافة المستويات.

وترى د. إجلال خليفة[٤] أن التحقيق الصحفي استطلاع للوقائع والأحداث ولجميع الأشخاص الذين لهم صلة بهذه الوقائع والأحداث ثم الدراسة والتفسير للظروف والملابسات التي تحيط بهذه الوقائع والأحداث والعوامل المؤثرة فيها، والحكم عليها، وتقديم الحلول المناسبة للمشكلة أو الواقعة التي يتناولها التحقيق.

ويرى د. فاروق أبو زيد أن التحقيق الصحفي فن يقوم على التفسير الاجتماعي للأحداث وللأشخاص الذين اشتركوا في هذه الأحداث، وهو كأحد الفنون

قد يشمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى كالخبر أو الحديث أو الرآي أو الاستفتاء أو البحث .. بجانب أنه كثيراً ما يستعين بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم الكاريكاتير (٤).

ويري باحث آخر أن التحقيق نمط أو قالب فني للتغطية التحريرية والنشر الصحفي، يقوم على خبر أو فكرة موضوع أو حدث أو قضية تهم المجتمع،حيث يعتمد في تغطيته الكاملة لمضمون المادة أو المحتوى الموضوعي الذي يتناوله على أسلوب البحث والاستطلاع والتحليل الواقعي، واستقصاء وجمع ورصد المعلومات والبيانات اللازمة والإحاطة بالآراء المختلفة، مع الاحتكام في المحصلة إلى وجهة النظر الصائبة، وتقديم الحلول والمقترحات المناسبة، كما أنه يدعمه غالباً استخدام الفن التصويري الصحفي، وقد يستعين بباقي الأشكال أو الأنماط الصحفية الأخرى في إطار وحدته الموضوعية بنحو مترابط ومنسق(٥).

أما عن أنواع التحقيق الصحفي فيمكن القول بأن التحقيق الصحفي يمكن أن يستوعب بموضوعاته مجالات الحياة الاجتماعية بمختلف جوانبها وأنشطتها العديدة والمتشعبة.

على أنه يمكن تحديد أنواع عديدة للتحقيق الصحفي منها:

١- تحقيق الخلفية:

وهو التحقيق الصحفي الذي يبحث أساساً عما وراء الخبر، حيث يقوم على أساسي التقاط أحد الأخبار التي تحتاج إلى شرح وتحليل لبعض جوانبها، والكشف عن أبعادها ودلالاتها، ولكن دون إفاضة في التغطية وأجزاء البحث والدراسة للموضوع الذي يتناوله التحقيق.

٢- تحقيق الاستعلام أو التحري:

وهو من أنواع التحقيقات الصحفية الهامة، إذ يتخير لموضوعه مسألة أو مشكلة تهم الرأي العام وتحتاج إلى إلقاء الضوء عليها والاستعلام أو التحري عن جوانبها، فيتم جمع كل التفصيلات المتعلقة بها وعرضها على القراء بكافة أبعادها

وهذا النوع من التحقيق ينطلق من النظرة إلى التحقيقات الصحفية من زاوية أنها أداة من أدوات تشكيل الرأي العام.

٣- التحقيق الصحفي الأساسي (بمعنى الكلمة):

وهو الأصل في التحقيقات الصحفية، أو النوعية الرئيسية والأهم من بين أنواعها المختلفة الأخرى، وينطبق عليه المدلول الحرفي لمعنى التحقيق والبحث، بالمفهوم الذي يعرف عن إجراء التحقيق في المجال الجنائي أو الاستدلال والاستجواب الذي تجريه الشرطة.

ويتفرع هذا النوع الأساسي من التحقيقات إلى كل من :

- التحقيق الصحفي المتصل بمعالجة موضوع عام:

ويطلق عليه وصف "تحقيق صحفي كبير" أو "التحقيقات الصحفية العامة" حيث يشغل بتغطية أهم المشكلات أو الأحداث أو القضايا الكلية التي تمس مصالح المجموع أو تتصل بإحدى شرائح أو فئات الجمهور.

ويعني ذلك أن نوعية هذه التحقيقات تحتاج في تناول موضوعها إلى معالجته وتغطيته الشاملة، حيث يلزم لإجرائها عادة أكثر من محرر، حتى يمكن استيفاء كافة جوانب الموضوع والحصول على المعلومات والآراء الكافية واللازمة، مثل قضايا السكان والتنمية والأمية وانخفاض مستوى الدخل القومي والبطالة وغيرها.

- التحقيق الصحفي المرتبط بالمناسبات:

وهو يعرف بالتحقيق الموسمي، حيث يرتبط في موضوعه أو مضمونه بمناسبة معينة: قومية أو وطنية، أو وطنية، أو دينية أو علمية أو أدبية أو فنية.. أو أيضا بإحدى المواسم المختلفة أ بإحياء ذكرى هامة.

وعلى ذلك فإن من أمثلة الموضوعات التي قد يتناولها هذا النوع من التحقيقات: المولد النبوي الشريف – صوم شهر رمضان – يوم العلم – عيد الأسرة

.. وكذا بالمثل : موسم الحج – الامتحانات – نتيجة شهادة الثانوية العامة أو دخول المدارس والجامعات وموسم الأوكازيونات.. وغير ذلك.

– التحقيق الصحفي المتعلق بإحدى الشخصيات العامة أو الاجتماعية:

وهو نوعية بذاتها من التحقيقات التي يكون محرر معالجتها الموضوعية تناول جوانب حياة ونشاط شخصية هامة أو بارزة، أو أي شخص يمكن أن يتوفر فيه ما يجعله يستحق تسليط الأضواء عليه.

وغني عن البيان أنه يلزم التدقيق في اختيار مثل هذه الشخصيات، والعناية بتناول ما يثير اهتمام القراء بصددهم، وما يمكن أن يعود من فائدة أو ثمرة لتناول نوع التحقيق الموضح. كشخصية الحائز على جائزة نوبل أو أي شخصية محلية وعالمية في نفس الوقت، أو شخصية رياضية ذات أداء متميز أو موهبة خاصة، وبعض علماء الصحافة يطلق على هذا النوع تقرير عرض شخصية.

– التحقيقات الصحفية الخاصة – المختلفة:

وتندرج تحتها كافة التحقيقات الصحفية الأخرى . ونذكر منها التحقيقات التي تعني بالنشاط العلمي أو بأحد الاكتشافات أو المبتكرات. ومن قبيلها أيضا تلك تتناول الأعمال الأدبية والفنية أو تتصل بالمؤتمرات والندوات المختلفة وكذلك التحقيقات التي تجرى عن بعض الحوادث والجرائم أو القضايا المثيرة أو الخطيرة، ثم التحقيقات التي تعرض موضوعات تاريخية بالبحث والتحليل.. وغير ذلك.

وعادة ما يكون التحقيق الصحفي من النوعية المذكورة على درجة عالية من التخصص في جوانب أو مجال معين، حيث ينشر ارتباطا بذلك في مواضع شبه ثابتة له في الجريدة أو المجلة.

وبصفة عامة فإن التحقيقات الصحفية "الخاصة" بمفهومها المتقدم تحتاج في تنفيذها وتغطية موضوعاتها إلى عناية ومراجعة وإشراف دقيق.

وغني عن الذكر أن ذلك التصنيف النوعي للتحقيق الصحفي لا يتعدى أن يكون من وجهة نظر شخصية، وذلك بالإفادة من الجهود السابقة لعلماء وخبراء

الصحافة ، ثم إنه توجد بالقطع نوعيات أخرى للتحقيقات الصحفية خارج نطاق ذلك التصنيف، بمعني أنه لا يضم حصراً جامعاً مانعاً لها(٦) .

أدوات التحقيق الصحفي:

يتطلب التحقيق الصحفي من المحرر أن يستعمل أكثر من حاسة من حواسه هي الخبر يكتفي المحرر بنقل ما يرى أو يسمع.. وفي المقال يقدم الصحفي أفكاره أما في التحقيق الصحفي، فإننا نجد الصحفي مطالباً بتكوين ما يرى وما يسمع وكذلك الحوار ... أي إلى استعمال أكثر من حاسة من حواسه.. النظر .. والسمع .. واللسان أي الحوار .. وكلك ما يطلق عليه الحاسة السادسة الصحيفة أي اليقظة في الإدراك.

وقد أدى التطور العلمي إلى إرغام الصحفي على استعمال الوسائل الحديثة في نقل المعلومات .. بل أصبح الصحفي مطالباً باستعمال هذه الأدوات في عمله أي تكون شاهد إثبات فيما ينشره كما أنها تيسر مهمته.

وأول هذه الأدوات "كاسيت التسجيل".. فهذا الجهاز يوفر المحرر الوقت بتوجيه الأسئلة والحوار بدل ضياع الوقت في الكتابة .. ويجب استئذان المتحدث في تسجيل الحوار قبل البدء في العمل..

كما يقوم "كاسيت التسجيل" بنقل أو حفظ جو مجال التحقيق .. بحيث يعطي الصحفي فرصة عند الكتابة في نقل الأجواء التي أحاطت بعمله .. سواء كانت صيحات أو ضجيج.. أو انفعالات .. أو صخب .. وبذلك يكون التحقيق أقرب إلى الصورة الواقعية..

ويجب على المحقق الصحفي أن يتمرس على التصوير الصحفي.. أى لا يكون ملماً بالمبادئ الأولية للتصوير فحسب بل يدرك أبعاد التصوير الصحفي.

وقد أدي التطور في التصوير إلى تعقيد مهمة المحقق الصحفي.. فالصحفي مطالب بمعرفة أنواع العدسات سواء العدسات المقربة وخاصة في الأماكن التي

يصعب على المحرر الوصول إلى نقطة قريبة لما يريد تصويره.. وكذلك العدسات التي تنقل المستندات والوثائق..

ولاشك أن الصحفي مطالب في كل الأوقات بالاحتفاظ بمفكرته التي يون فيها ما يحصل عليه من معلومات أو رؤية أو ملاحظات.

مصادر التحقيق الصحفي:

الصحفي المحقق مطالب من البداية بالاحتفاظ بمفكـــرة لتـــدوين المناســـبات السياسية أو الاجتماعية أو الدينية. وعليه متابعة هذه المناسبات والاستعداد لأحداثها.

المصدر الثاني للتحقيقات هو متابعة الأحداث اليومية.. كخبر إضراب عمالي .. أو عقدة ندوة .. أو وصول وفد من الخارج.. أو سقوط منزل .. كل هذه الأخبار نماذج لما يمكن أن يتابعه المحرر بالتحقيق.

والمصدر الثالث خطابات القراء.. والبحث في شكاويهم عن طريق التحقيـــق الصحفي.

كما أن الصحفي المحقق مطالب بتقديم تجاربه أو رؤياه الخاصة التي يدرك أن القارئ العادي لا يستطيع الوصول إليها.. كزيارة لبلد أجنبي.. أو التجول فـــي معهد للأبحاث لا يطرقه الإنسان العادي.

كما يشكل المصدر الدرامي ركناً هاماً فـــي التحقيقـــات كأخبـــار الســـيول والفيضانات أو إحداث الطيران وتصادم القطارات ويجب على المحقق الصحفي ألا يكتفي بنقل صورة المأساة بل عليه متابعة أسبابها والحلول لعدم تكرارها ودراســـة المشاكل الاجتماعية الناشئة عن مثل هذه الأحداث .

كما تعهد الأعمال الفنية الجديدة مصدراً آخر للتحقيقات.. مثـــل الاســـتعداد لتقديم استعراضي فني .. أو البدء في تصوير فيلم كبير هام .. أو الإعداد لمسرحية أو فرقة موسيقية جديدة.

فن كتابة التحقيق الصحفي:

إن أول سؤال يجب أن يواجهه محرر التحقيق الصحفي.. هذا السؤال الموجه إليه شخصياً.

هل يكتب التحقيق الصحفي لوكالة أنباء؟ أم لإذاعة مسموعة أم إذاعة مرئية.

وهل يكتب التحقيق لصحيفة يومية ؟ أم مجلة أسبوعية ؟ وهل هي تحقيق لموضوع ثقافي أم سياسي أم اقتصادي ؟

وما هي المساحة المسموحة له في الصحيفة أو المجلة فليست مهمة الصحفي هي جمع المواد أو كتابتها بأي صورة ثم تقديمها إلى الصحيفة.. بل يجب إعداد المادة إعدادا صحفيا بحيث يجد سكرتير التحرير المكان المناسب لا في المجلة أو في الصحيفة اليومية. ولا يضطر إلى تسليمها إلى "مطبخ" الجريدة لإعادة صياغتها.. وقد يؤدي ذلك إلى إلغائها لفوات موعدها .. أو عدم القدرة على صياغتها صياغة صحفية من قبل "المطبخ" أي السكرتارية، وبذلك تلقى في سلة المهملات.

وكما يجب على الصحفي أن يدرك المجال المسموح له فيه بالحركة على صفحات جريدته أو مؤسسته الإعلامية، عليه منذ البداية أن يكون منغمساً في بيئته في الحياة الاجتماعية .

إن فن الكتابة وبخاصة الكتابة الصحفية يبدأ م نقطة تكيف الكاتب أو الصحفي بالبيئة التي تحيط به .. وهذا يتطلب اتصالاً بالجمهور وإدراكاً للواقع السياسي والاجتماعي الذي يعيشه.. وبذلك يمكنه السيطرة ثقافيا على الواقع وعلى التكيف وفق ما يتطلبه القارئ.

ولعل هذا الأمر مطلوب من كل ذي مهنة.. ولكن موقف الصحفي من مهنته ينبغي أن يكون أنشط مما يتوقع من أية مهنة أخرى.

فرسالة الصحفي في الحقيقة ستكون دوما ذات طبيعة سياسية حتى ولو كان تخصصه فنياً رياضياً أو.. ولذلك يجب عيه أن يكون مرتبطاً بمشاكل الصالح

العام وكلما ازداد ارتباط الصحفي بمجتمعه كلما ازداد نشاطه واتسع آفاق مجال الابتكار والخلق الصحفي..

ومن هنا نجد أن "فن كتابة التحقيق الصحفي" يبدأ قبل اختيار الموضوع الذي يريد أن يكتب فيه. فكاتب التحقيق الصحفي يجب أن يكون مهيأ منذ البداية بمجموعة من المعلومات الضرورية لعمله.. ويمكن تلخيصها كالتالي:

١- ملاحظة البيئة.. أي أن تكون البيئة تحت رقابته المستمرة وأن يكون له دور في النشاط الاجتماعي وبذلك يكون مرتبطاً بالأحداث الجارية والحقائق والظواهر وطريقة انعكاسها في أساليب التعابير الشعبية .. وأن يكون مهيأ لتحليل كل ما يمر به من أحداث البيئة.. فيصل إلى حل للمشكلة ويربطها بالتطورات الاجتماعية.

٢- الالتزام بالخط السياسي للصحيفة بأن يدرك الصحفي الاتجاه العام للصحيفة.. فإذا كانت صحيفة حزبية عليه أن يتقيد بكل القرارات التي يتبناها الحزب وبكل القوانين الرئيسية والفرعية التي تصدر عن رئاسة الحزب أو الحكومة إذا كانت هذه الحكومة تنتمي إلى الحزب الذي يصدر الصحيفة.

وعلى الصحفي أن يدرس هذه القرارات ليدرك أهداف الحزب والصحيفة في كل مرحلة.

٣- إدراك مطالب الجماهير ومشاعرهم.. وعلى الصحفي أن يلم بالموضوع الاجتماعي والفكري لجمهوره ومتابعة أساليب تفكير قرائه وحالتهم النفسية وعليه أن يتابع عادة هؤلاء القراء في القراءة .. واهتماماتهم .. ويمكن أن يصدر إلى ذلك بالوسائل التالية:

أ- متابعة الرسائل المرسلة من القراء.

ب- المشاركة في الاجتماعات العامة.

ج- جمع المعلومات من الجهات المختلفة.

د- متابعة الدراسات الاجتماعية.

وبذلك يستطيع المحقق الصحفي أن يختار الموضع الأكثر اهتماما للقراء يبدأ في إعداده..

أولا: اختيار الموضوع:

خلال الأحداث الكبيرة .. كالحروب .. أو الثورات تفرض هذه الموضوعات نفسها على المحقق الصحفي.. وهذا لا يعارض بهذه الأحداث لاتجاهات الصحيفة أو الحزب.

وقد يقال أن هذه الأحداث تناط في الغالب بكبار المحققين الصحفيين وهذا حق.. ولكن تظل لهذه الأحداث الكبيرة انعكاساتها في الداخل.. في حياة الأسرة والأفراد.

مثلا .. الأولمبياد.. سيقوم كبار المحررين الرياضيين في الأقسام الصحيفة بعمل التحقيقات الرئيسية.. ولكن تظل أسئلة كثيرة عالقة بأذهان القارئ.. منها .. عدم اشتراك أفراد أو فرق في المسابقات.. انعكاس أنظار الأبطال على أسرهم .. مثل هذه الموضوعات تصلح للتحقيقات الصحفية؟

.. فإذا تركنا الأحداث الكبيرة جانباً.. أو الموضوعات التي تفرض نفسها على المحقق كالفيضانات.. أو حوادث الطائرات والقطارات.. وأزمات المواد الغذائية .. نجد أن الصحفي في اختياره موضوع التحقيق مطالباً بانتقاء الموضوع الأكثر اهتماما لدي القارئ.

ويجب في اختيار الموضوع أن يدرك المحقق بعض المسائل الهامة:

١- أن أي موضوع صحفي لا ينفصل عن الماضي.. أو المستقبل.. فهو حلقة في مسيرة الحياة.. فكل موضوع له مقدماته التي أدت إلى حدوثه.. وله نتائج التي يمكن معالجتها.

٢- على الصحفي في اختيار الموضوع أن يكون ملماً بالأجواء .. أو الدافع المادي والفكري المحيط بهذا الموضوع.. فإذا تناول الموضوع دراسة "قرية" أو

"مصنع" فيجب أن تكون لدى المحقق معلومات عنها وعن طريق سلوك أهلها أو عملها وأسلوبهم في الحياة .. وبعض مشاكلهم.

٣- أن يجمع الصحفي أكبر قدر من المعلومات.. أي معايشة الواقع الذي سيذهب إليه لعلم التحقيق وهو ما يقال عنه "الواقع غير المباشر" ونعني به الإحصائيات والدراسات ومقابلة الأشخاص الذين لهم إلمام بالموضوع أو سبق لهم معايشته ودراسته.. وتدوين النقاط الهامة في مفكرته..

٤- أن يدرك الصحفي اتجاه الصحيفة في معالجة الموضوع.. مثلا جرائد الخطف في صعيد مصر، كانت مرتبطة بوجود الإقطاع.. فهل يعالج الصحفي المشكلة من جذورها ويكشف دور الإقطاع في هذه الجرائم أم يكتفي بالتحقيقات البوليسية بعيدا عن أصولها الاقتصادية والاجتماعية؟

وكذلك التحقيق داخل سجن من السجون هل يكتفي بالإدانة أم يجب تقديم الأسباب الاجتماعية التي تؤدي إلى الجريمة؟

ثانيا: الهدف:

بعد اختيار الموضوع يجب أن يحدد المحقق الصحفي الهدف من عمله .. ما هي الحقائق التي يريد أن يصل إليها؟ وما هي الحقائق التي يريد أن يوصلها إلى القارئ؟ وما هي التغييرات التي يريد أن يحدثها في ذهن القارئ أو الاهتمامات التي يردي إبرازها أمام القراء والمسئولين.

وعلى أساس الهدف المرغوب يضع الصحفي خطة العمل.. فيحدد الأماكن التي يريد أن يراها.. والأشخاص الذين يريد رؤيتهم والحديث معهم.. والمعلومات التي يرغب في الحصول عليها.

ويجب أن يكون الهدف الأساسي للصحفي أن يوقد بشكل تقدمي أذهان قرائه ومشاعرهم. فليس مطلوباً من الصحفي أن يقدم للقارئ كل ما يسمعه أو يراه بل عليه انتقاء المادة المؤثرة بشكل فعال في نفس القارئ فينبغي عليه أن يسأل قبل أن يبدأ العمل.

ماذا أريد أن أحقق لقرائي؟

ويجب ألا يكون ما يريده الصحفي .. أو أن يكون هدفه معزولاً عن الأهداف العامة للحزب أو الصحيفة..

ثالثا: التنفيذ

إن نجاح الصحفي في عمل التحقيق يتوقف على الاستعدادات الضرورية لعلم التحقيقات التي يجب توافرها..

١- الحصول على الموافقة الرسمية:

فالصحفي الذي يعتمد على تأثير صحيفة أو علاقاته الشخصية لعمل التحقيق قد يصدم بقرارات حاسمة تمنعه من العمل.. ولذلك يجب عل الصحفي أن يحصل على تصريح رسمي من الجهة المسئولة لعمل التحقيق.

٢- أن يرسل إلى الجهة التي ينوي عمل التحقيق داخلها يخبرها بموعد وصوله ما يطلبه من وثائق أو مستندات .

٣- أن يكون متأكدا من وجود السيارة والمصور الصحفي في الوقت المحدد للزيارة.

٤- أن يقوم بزيارة المركز الرئيسي للجهة التي يتبعها الذي يريد عمل التحقيق فيه.

ويجب على الصحفي قبل أن يبدأ تحقيقه الصحفي أن يدرك أن العلاقات الإنسانية والشخصية هي مفتاح النجاح في عمله.. سواء كانت علاقته مع مرافقيه سائق السيارة وزميل الصحفي المصور أو أسلوبه في التخاطب مع المسئولين أو العاملين أو الجمهور الذي يقابله.

يجب أن يتحلى الصحفي بالهدوء واللباقة وإدراك مشاعر الآخرين وأن يشعرهم بأنه صديق وليس باحثا و عن الأخطار أو أنه جاء ليقيم "محكمة".

على الصحفي أن يبدأ عمله في التحقيق بمقابلة الرئيس المسئول وأن يشعره بالهدف الذي جاء من أجله.. وأن يطلب مساعدته.

وإذا كان سيسجل أقوالهم أو أحاديثهم .. وكذلك التقاط الصور يجب ألا يحدث أي بعد استئذان المسئولين.

... وهنا تبدأ المجابهة المباشرة مع الواقع.

ولعل أول ما يجب على المحقق الصحفي هو "دقة الملاحظة" فهي أول وآخر موهبة ينميها الصحفي في مجابهته المباشرة مع الواقع.. عليه أن يمعن النظر بانتباه مركز وحب استطلاع في الأشياء ويمعن النظر فيما حوله فعندما ينقل الصحفي جو المكان إلى قارئه يشعر بأنه موجود معه أثناء التحقيق.. كما أن الملاحظة تجعله يقارن بين ما جميع لأمن معلومات وما ري أمام عينيه من حقائق.

"إن ملكة الملاحظة الكامنة في الإنتاج الصحفي لا يمكن تطويرها وتنميتها إلا بالممارسة الدورية..."

... وعلى الصحفي أن يسجل ما يرى ويسمع ولا يعتمد على ذاكرته وعندما يلتقي الصحفي الجيد الناس يشجعهم على التحدث ثم يصغي إليهم بصبر وخلال إصغائه يدون الحوار ولا ينسى أن يدون المشاعر والعواطف التي تحدث خلال الحديث.

أن توجيه الأسئلة الصحيحة في اللحظة المناسبة أثناء المناقشات من ضروريات الأحاديث الناجحة.. وعندما يخرج المتحدث عن الموضوع يقاطعه الصحفي بأسئلة ذكية.. وبديهي أن الأسئلة الموجهة المباشرة من خلال الحوار أفضل من الأسئلة المدونة.

وعلى الصحفي أن يترك نفسه أو محدثه يستطرد في سؤال واحد أو الإجابة عليه لفترة طويلة بل على الصحفي أن يجمع أكبر قدر من المعلومات من أسئلة متعددة ويجب أن يكون الصحفي أمينا وشريفا فلا ينشر المعلومات التي تقدم إليه بصفة شخصية ويطلب منه عدم نشرها.. ولكنه ليس مسئول عن نشر كل ما يقال له فله أن يختار ما يراه.

وعلى الصحفي ألا يعدى المعرفة في كل فنون الحياة.. فليس الصحفي موسوعه.. بل عليه أن يشعر محدثه بأنه في حاجة إلى المعرفة التي يريدها القارئ.

والتحقيق الصحفي لا يتوقف على الأحاديث بل نقل الرؤية العينية إلى القارئ.. فلا يتوقف تدوين الصحفي على ما يجري من حوار بل عليه أن يدون الملاحظات التي قد تغيب عنه أثناء الكتابة.

رابعا: الكتابة:

الصحفي إلى مكتبه.. وينثر أمامه أوراق التحقيق الصحفي .. الأحاديث والملاحظات .. والصور .. وجهاز التسجيل.. ليعيش من جديد في جو التحقيق من خلال الأصوات والصور والكلمات.

ثم يحاول الصحفي أن يتصور نوع القراء الذين يكتب لهم وثقافتهم ويجب أن يدرك مشاعرهم ونفسياتهم وآرائهم لكي ويستخدم الأسلوب الذي يتجاوب معهم.

... ولا شك أن اللغة هي أهم وسيلة للصحفي لكي تقدم إلى قراءه ما يريد من معلومات أو توجيهات..

ولقد وصلت اللغة العربية في الصحافة إلى مثيلاتها من اللغات العالمية،فأصبح التعبير البسيط عن الحقائق هو المطلوب أو هو اللغة السائدة في الصحافة... ولهذا فإن الحصول على التعبير البسيط هو موهبة يجب أن يحصل عليها الصحفي الجيد.. فيجب أن تكون اللغة بسيطة وواضحة.(٧).

خطة كتابة التحقيق:

أجمع رجال الصحافة على أن كتابة التحقيق تعتمد على اتباع خطة تبنى على خطوات خمس..

أولا: جمع الحقائق اللازمة للتحقيق.

ثانيا: جمع الأحاديث اللازمة.

ثالثا: وضع الخطة التي يكتب بها الموضوع.

رابعا: التفكير في الأسلوب الممتع الجذاب الذي يكتب به هذا التقرير.

خامسا: مطابقة التحقيق لسياسة الصحيفة..

إن التنسيق بين هذه الخطوات الخمس، هي الأساس الذي يعتمد عليه فن كتابة التحقيق الصحفي...

فكيف يمكن المزج بين هذه الخطوات؟ وكيف نصل إلى مضمون كل خطوة؟. وكيف تترابط الخطوات بشكل فني ممتع ومشوق للقارئ.

إن الإجابة على هذه الأسئلة تتطلب إعطاء "النموذج" الأمثل للتحقيق الصحفي حتى يمكن تبين مسيرة هذه الخطوات من خلال العمل الصحفي.

نموذج للتحقيق الصحفي:

النموذج الذي نقدمه، يجمع بين التحقيق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.. وسنحاول أن نعرضه كما كتبه الصحفي ثم ندون ملاحظاتنا على الأخطاء..

التحقيق تحت عنوان فرعي "العرب في العالم.. ثم عنوان كبير "فيينا مدينة العابرين إلى الحياد.."

المقدمة:

"إذا كنت في فيينا ورأيت شابا أسمر يلبس سترة صحفية على ظهره كتابة بالألمانية ، فالشاب بائع صحف مصري، ترك مصر في زمن الرخاء الساداتي..".

وتستمر المقدمة لتحتل صفحتين من التحقيق المنشور على أربع صفحات.. أي أن المقدمة أخذت مساحة نصف التحقيق..

ونلحظ أن " الصحفي المحقق" .. بدأ بقول "إذا كنت في فيينا" .. ولم يقل ذهبت إلى فيينا".. حتى نسير معه أو ".. كان البارد قارصا في فيينا" .."فتشعر بالجو الذي تعيشه فيينا.

بهذا التقديم الذي أراداه الصحفي.. جعلك تشعر بأنه ذهب إلى فيينا وسيملي عليك ما رآه..

وبعد هذا السطر مباشرة يتحدث عن الشاب المصري الذي ترك مصر في زمن الرخاء الساداتي.. فنرى من البداية أي الصحفي حدد موقفه من نظام السادات..

وينعكس التحقيق على القارئ.. فهو يرى الصحفي منذ البداية متحاملا على مصر وليس "السادات".. وأن له موقف محدد من "نظام السادات"..وبذلك يجعلك في موقف الحذر من تحقيق.. ويجعلك تشك في نواياه وتتخذ منه موقفا..

بينما مهمة المحقق الصحفي، تكاد تتشابه مع المحقق الجنائي، إنه ينتزع الأقوال من أفواه المتهمين وليس إملاء الأقوال..

المفروض في المحقق الصحفي أن يبدو محايداً.. ويترك الشهود يدلون بأقوالهم.

فلو أنه بدأ التحقيق بالقول..

".. في فيينا المدينة الهادئة الجميلة.. تشهد ظاهر شباب سمر، يرتدون سترة صفراء على ظهرهم كتابة بالألماني يحملون صحفاً.. تقترب من أحدهم.. وتتحدث بالعربية فيرد عليك التحية بنفس اللغة.. وتسأله

- من أين؟

- مصري؟

- نعم..

- يعني عربي..

وصرخ الشاب في وجهي منفعلاً..

- بل مصري.. أنا فرعوني وكفانا منكم ومن مهازل العرب مصر ضحت وأعطت الغالي والنفيس.. واليوم يتركها العرب وحيدة أمام الوحش الأمريكي.. إنه يمزق ما يسمى بالأمة العربية. وكل الذين نصبوا أنفسهم أوصياء عليها يصفقون ابتهاجاً بالسقوط المصري بين فكي الوحشي.

كلمات الشاب المصري، ذكرها المحقق الصحفي في منتصف التحقيق فلو أنه بدأ بها، لجعل القارئ أمام مشكلة.. تدفعه إلى قراءة التحقيق ليصل إلى سر ثورة الشاب المصري ضد العرب.. وسنجد الشاب المصري أكثر ثورة ضد السادات، ولكنه يخلط بين موقف الشعب العربي.. وبين موقف بعض حكامه..

"يعود أحمد إلى الكلام بشيء من الحزن:

– بصراحة أنا حاقد على كل شيء وعلى الحكم في مصر.. لكن العرب أهانونا .. نحن ثمانية آلاف شاب مصري نبيع الصحف في فيينا لنأكل الخبز .. وبيننا أطباء ومهندسون وجيولوجيون .. إنها جريمة العصر.. وعلى بعد خمسين خطوة من هنا ناد للقمار محشو بالعرب من أصحاب الملايين. أريد أن أقول أكثر .. فأنا من عائلة فقدت "أعز أبنائها من أجل قضية العرب.. لكننا فجأة خدعنا..".

إن هذه الكلمات.. وضعها المحقق الصحفي في وسط الموضوع، بعد أن أدان "نظام السادات" بينما المفروض أن يترك الشاب المصري بنفسه يدين "السادات" وهو بالفعل أدانه.. ولكن بعد أن أدان الصحفي تحقيقه "بالتحيز".

كان أمام الصحفي الذي قدم هذا التحقيق "مادة خام" ممتازة، ولكنه أسدها لأنه لم يضع تخطيطاً للموضوع .. فلنسمح ما قاله آخر..

محمود بائع صحف آخر وخريج من كلية الزراعة، قال:

تمنيت لو تستقبلنا الدول العربية. نحن مشردون خارج بلادنا وأبناء الغرب يأخذون أماكننا في أرضنا.. عن في هذه المعادلة خللا قاتلاً.. ومأساة.

فهل من يتحرك ليقول أنها الخديعة الكبرى، خديعة الاستعمار الجديد".

"وحسن إسماعيل (صيدلي" يبدي رأيا آخر:

– أنا كمصري،وعندما يقوا أحمد أنا فرعوني هو نفسه لا يصدق ما يقوله.. إنه مجرد رد فعل..".

ويستطرد الشاب حسن إسماعيل:

– إن مصر متعبة أرهقتها الحروب، ويقيني أن شيئا ما آت كالهدير.. لأن مصر لم تعد تستطيع أن تتحمل أكثر، الصوت الآتي سيكون أكثر صدقا ووضوحا.

إن "الصحفي" استطاع أن يجمع حقائق وآراء من "الأحاديث" وكانت بيد يديه العناصر الجيدة لتقديم تحقيق صحفي ممتاز.. ولكنه أفسدها بعد وضوح "الرؤية" لديه.. عدم وضع "خطة" لكتابة التحقيق..

ففي المقدمة نجده حشرها بالمعلومات التاريخية.. والاقتصادية بينما كان يستطيع أن يقدم هذه المعلومات من خلاله تجواله في شوارع فيينا، فيأخذنا معه يحس الكنائس والمتاحف. ويجل هذه الكنائس أو المتاحف تتحدث عن نفسها فتروي لنا محولة غزو فيينا مرتين من القوات الإسلامية.. أو تحول فيينا إلى مركز للمنظمات الدولية.. بحيث يجعلنا نعيش معه.. وكأنه سرد كل شيء في المقدمة كمعلومات يستطيع القارئ أن يحصل عليها من أي كتاب..

.. وعندما جميع الأحاديث.. لم يعرف كيف يرتبها سياسيا.. لم يضع خبرة لإبراز المأساة في مصر.. أو حقيقة ارتباط مصر العربي.. بينما نجد الشباب المصري قد قدموا له "الرأي والمعلومات" الكافية لتأكيد عروبة مصر، وللسخط واللعنة التي يصبها الشعب في مصر ضد السادات.. ولم يكن في حاجة إلى إظهار "موقفه" بالنسبة لنظام السادات.. فهذا يأتي في مقال.. أما في التحقيق، فإن المتحدث هو الذي يتكلم وهو الذي يدين.. ولاشك ا، كلمات المتحدث في الحوار أشد تأثيراً من كلمات الصحفي..



مراجع الفصل الثالث

١- عبد اللطيف حمزة - المدخل في فن التحرير الصحفي مرجع سابق صـــ ٢٤٧

٢- سعد التائه - التحقيق الصحفي - د.ط- القاهرة -صـــ ٧ وما بعدها .

٣- إبراهيم إمام - دراسات في الفن الصحفي صـــ ١٣٩ -١٤٠.

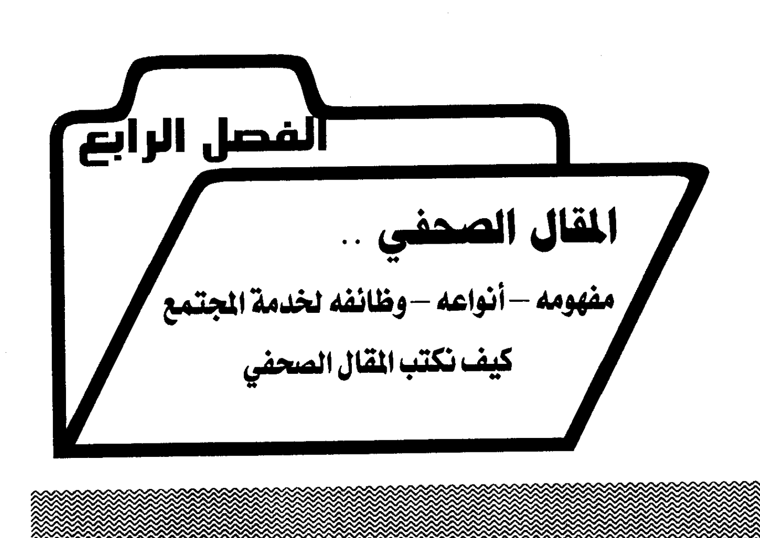
٤- فاروق أبو زيد - فن الكتابة الصحفية - مرجع سابق صـــ٩٣.

٥- أسماء حافظ - مبادئ صحافة - مرجع سابق صـــ ٢٤١.

٦- المصدر السابق نفسه صـــ ٢٤٦ وما بعدها.

٧- سعد التائه - التحقيق الصحفي - مصدر سابق صـــ ١٦ وما بعدها.




الفصل الرابع
المقال الصحفي ..
مفهومه – أنواعه – وظائفه لخدمة المجتمع
كيف نكتب المقال الصحفي

بسم الله الرحمن الرحيم

المقال الصحفي هو فن صحفي يطرح فم كاتبه رؤيته الذاتية فيما يناقشه من قضايا وأحداث مستنداً إلى خلفيته الواسعة حول الموضوع الذي يتصدى له بالرأي(١).

والمقال الصحفي كان في العصر الماضي يشكل العنصر الأساسي في تحرير الصحيفة، وحيث ارتبط أكثر بظهور صحافة الرأي، وأصبح الآن يتبوأ مكانة طيبة بين الأشكال الصحفية الأخرى في الجرائد والمجلات.

وإذا ما بحثنا عن الأصل اللغوي لكلمة "مقال" نجدها مشتقة لغويا من الأصل"قال" والاسم هو "القول" بمعنى الكلم.

وتعرف دائرة المعارف البريطانية المقال بأنه: إنشاء متوسط الطول، يكتب للنشر في الصحف، ويعالج موضوعاً معيناً بطريقة مبسطة وموجزة، على أن يلزم الكاتب حدود هذا الموضوع(٢).

وهو في واقع الأمر تعريف غير جامع، إذا لا يشمل مختلف أنواع المقال الصحفي ونخص بالذكر المقال التحليلي الذي تزايدت أهميته في الآونة الأخيرة.

ويرى د. فاروق أبو زيد أن المقال الصحفي: هو الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن أراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي. ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة(٣).

ويذهب باحث آخر إلى أن المقال الصحفي هو فكرة يقتنصها الكاتب الصحفي خلال معايشته الكاملة للأنباء والآراء والقضايا والاتجاهات والمواقف والمشكلات المؤثرة على القراء، وفي حركة المجتمع، يقوم بعرضها وشرحها وتأييدها أو معارضتها، في لغة واضحة وأسلوب يعكس شخصيته وفكره وتنشر في الوقت المناسب وفي حجم يتلاءم مع نوعيتها وأهميتها ونتائجها المستهدفة(٤).

والمقال الصحفي لا يقتصر على شرح الأحداث الجارية وتفسيرها والتعليق عليها، وإنما يمكن في بعض الحالات أن يشرح كاتب المقال فكرة جديدة أو تصورا مبتكرا أو رؤية خاصة يمكن أن تشكل في حد ذاتها قضية يمكن أن تشغل الرأي العام، وخاصة إذا كانت تمس مصالح القراء أو تثير اهتمامهم لأي سبب من الأسباب[٥] ويؤدي المقال الصحفي وظائف عديدة لخدمة المجتمع منها:

١-الإعلام: وذلك بتقديم المعلومات والأفكار الجدية عن الأحداث أو القضايا أو المشاكل التي تشغل الرأي العام.

٢- شرح وتفسير الأخبار اليومية الجارية والتعليق عليها بما يوضح أبعادها أو جوانبها المختلفة.

٣- التثقيف: وذلك عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.

٤- الدعاية السياسية: وذلك بنشر سياسة الحكومات ولآخر - ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع.

٥- الدعاية الأيدلوجية: وذلك عن طريق نشر الأفكار والفلسفات والدفاع عنها ضد خصومها أو منافسيها.

٦- تعبئة الجماهير: وذلك لخدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين أو المساهمة في التنمية الوطنية.

٧- تكوين الرأي العام في المجتمع والتأثير علي اتجاهاته سواء بالسلب أو الإيجاب.

٨- التسلية والإمتاع: وهو الأمر الذي تحققه المقالات الترفيهية أو الضاحكة أو الساخرة أو المقالات المسلية أو الظريفة.

لغة المقال الصحفي:

يذكر الدكتور فاروق أبو زيد[٦] أن المقال الصحفي يختلف عن المقال الأدبي أو المقال العلمي.

ويقول: إن المقال الأدبي هو الذي يعبر عن عواطف كاتبه وتجربته ومشاعره الذاتية ومشاعره الوجدانية تجاه موقف خاص أو موقف عام.

أما المقال العلمي فهو أداة العالم لوصف الحقائق العلمية من خلال منهج علمي يقوم على الموضوعية المطلة.

أمال المقال الصحفي فهو مبسط بين الاثنين.. ففيه شيء من ذاتية الشاعر الأدبي، وفيه شيء من موضوعية العالم(٧).

لذلك فلغة المقال الصحفي هي لغة الحياة العامة، أي لغة المواطن العادي، فهي لغة يفهمها جميع القراء مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية أو الثقافية أو الاجتماعية.

وإذا كانت لغة المقال الأدبي تقوم على الصور البيانية والمحسنات اللفظية.. وإذا كانت لغة المقال العلمي تقوم النظريات والأرقام والإحصائيات والمصطلحات العلمية التي لا يفهمها سوى المتخصصون في كل علم من العلوم.

أما لغة المقال الصحفي فهي تقوم على السهولة والبساطة والوضوح وهي قد تستفيد بشيء من جمال الأسلوب الأدبي، وقد تستفيد بكثير من دقة الأسلوب العلمي، ولكن يبقى أن أهم ما يميز المقال الصحفي هو أسلوبه البسيط الواضح السهل.

ومن الضروري أن يكتب المقال الصحفي بلغة الحياة العامة ولكن ليس معني هذا أن يكتب المقال بلهجة عامية، وإنما يجب أن تكون لغة المقال لغة عربية فصحي، ولكنها ليست فصحي العصر الجاهلي أو العصر العثماني أو المملوكي وإنما فصحى عصر الصحافة. أي العصر الحديث، ومن المعروف أن الصحافة ساهمت في تبسيط قواعد اللغة العربية.

أنواع المقال الصحفي:

وللمقال الصحفي أشكال مختلفة أخذت تتطور مع العصر حتى صار كل منها يشكل فناً صحفيا مستقلاً بذاته وهي:

١- المقال الافتتاحي.

٢- العمود الصحفي .

٣- المقال التحليلي.

٤- المقال النقدي.

ويمكن الحديث عنها على النحو التالي:

[١] المقال الافتتاحي:

وهو يقوم على شرح وتفسير الأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع.

والمقال الافتتاحي يربط القراء بالصحيفة من ناحية وبالأحداث الجارية من ناحية أخرى.

كذلك فالمقال الافتتاحي يخلق مشاركة وجدانية بين الصحيفة والقراء، ويدفع القارئ إلى المشاركة في مواجهة القضايا والمشاكل التي تهم المجتمع.

والمقال الإفتتاحي هو :المقال الرئيسي أو الافتتاحية التي تنشرها الجريدة اليومية دورياً تعبيراً عن رأيها في موضوع معين. وقد يطلق عليه مسمى EDITORIAL ARTICLE نسبة إلى المحرر EDITOR وتركيزا على كاتب المقال، وعلى أساس أن رأي الصحيفة عادة ما يكتبه رئيس التحرير بنفسه، وقد يعهد به إلى غيره ولكن تحت مسئوليته.

وبالرجوع إلى بعض تعريفات المقال الصحفي المتعددة، نجد على سبيل المثال تحديد مدلوله بأنه:

"المقال المنشور في مكان رئيسي من الصحيفة، والذي يعالج مشكلة أو حادثة ما، معالجة ناقدة، ويكون موضوع المقال مادة إخبارية"(١٠).

ويري بعض الباحثين أن المقال الافتتاحي هو"تعبير موضوعي عن رأي الصحيفة، تدعمه الحقائق والأدلة والإحصائيات وأهم أحداث اليوم التي تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وتثير اهتمامهم وتدفعهم إلى العمل على تنمية المجتمع وترقيته"(٩).

ويمكن استخلاص أهم ما يتميز به المقال الافتتاحي من عناصر أو خواص أساسية ومنها:

١- متابعة الأحداث اليومية والوقائع المستجدة سواء في النطاق الداخلي أو على المستوى الدولي، وذلك بناء على النشر اليومي الثابت وفي مكان رئيسي في الجريدة معروف وظاهر.

٢- إنه تعبير عن رأي الصحيفة وانعكاس لسياستها، وحيث يقوم على

المعالجة النقدية للموضوع أو القضية ويهتم بالتفسير وإبداء وجهة نظر محددة وذلك سواء كانت الجريدة قومية أو مستقلة أو تابعة لحزب مال أو بعده عن اتجاه سياسي أو فكري معين.

٣- استخدام لغة سهلة وأسلوب فكري واضح يتلاءم وطبيعة قراء الصحيفة في مجموعهم على تباين مستوياتهم الثقافية. وهو في ذلك يعتمد على الحقائق ويتسم بالاختصار.

٤- تحقيق الإقناع والتوعية ومهمة المساهمة في التأثير على الرأي العام، بما يضمه المقال من عرض للحقيقة ووقائع الأحداث مدعمة بالشواهد والحجج المنطقية.

وللمقال الافتتاحي وظائف يؤديها منها:

١- عرض وتحليل الأحداث الخارجية والكشف عن أبعادها ودلالاتها، في إطار غاية التكيف أو التأقلم الاجتماعي.
٢- مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام إقليمياً أو محلياً ودولياً ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها،وذلك في صورة ملخصة أو مركزة.
٣- التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع، وطرح وجهات النظر السياسية والاجتماعية، بما قد يؤدي إلى تكوين علاقات جديدة فيما بين قطاعات المجتمع، أو تقوية العلاقات القائمة، وأحيانا التأثير بنحو سلبي فيها أو هدمها(١٠).

كيف تكتب المقال الافتتاحي؟

يضم المقال الافتتاحي عدة أجزاء وهي:

- المقدمة.
- الجسم أو الصلب.
- الخاتمة أو المحصلة.

وصفوة القول أن الوضع بالنسبة لمكونات المقال الافتتاحي وطريقة عرضها وترتيبها، يتوقف في المقام الأول على شخصية كاتب المقال وأسلوبه وخبرته. ثم إنه من ناحية أخرى رهن بالعوامل والظروف الأخرى المتصلة بالموضوع أو المضمون وهدف كل مقال بذاته، بجانب الطابع العام للجريدة وسياسة تحريرها.

ونضيف أن المقال الافتتاحي غالباً ما يحتوى على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية موضوعه وتهيئة ذهن القارئ لتلقي المادة الصحفية ومتابعتها إلى نهايتها.

ثم إن الصلب أو الجسم المقال يشتمل على البيانات والحقائق والرأي وأسانيده، وبحيث يكون في أسلوب علمي موضوعي ويمتاز بالدقة في العرض، وعدم الخوض في مجالات متخصصة قد يصعب فهمها على القارئ العادي.

وهناك الخاتمة: التي تضم خلاصة الرأي والنتائج المقنعة بموقف الصحيفة وكاتب المقال تجاه الموضوع وتفسيره وبيان ما ينطوي عليه من دلالة عامة.

ولخاتمة المقال أهميتها انعكاساً لدورها في تحقيق التأثير الإعلامي المقصود من النشر تجاه الجمهور المتلقي لمادة المقال الافتتاحي[١١].

والمقال الافتتاحي كان في السنوات الماضية ينشر في الصفحة الأولى من الصحيفة، وكان يحتل مكاناً بارزاً لأنه يعبر عن رأي الصحيفة، ولكن تراجعت أهمية المقال الافتتاحي في الصحافة وأصبح ينشر في الصفحات الداخلية نظراً لأن الصحافة الآن لم تعد صحافة الوجبات الدسمة، وإنما أصبحت صحافة الوجبات السريعة، وعلى سبيل المثال ينشر المقال الافتتاحي في بعض الصحف على النحو التالي:

- في صحيفة الأهرام ينشر المقال الافتتاحي في الصفحات الداخلية تحت عنوان "رأي الأهرام" .
- في جريدة الأخبار ينشر المقال الافتتاحي في الصفحات الداخلية بعنوان "كلمة اليوم".
- في جريدة الجمهورية ينشر المقال الافتتاحي في الصفحة الداخلية تحت عنوان "الجمهورية تقول".

[٢] المقال العمودي أو العمود الصحفي:

عرفت الصحافة المصرية العمود الصحفي منذ مطلع القرن الماضي، وذلك كنوعية متميزة من المقالات الصحفية التي تلقى عناية الصحف بتخصيص بارز لنشر هذه الأعمدة:

والعمود الصحفي هو المادة الصحفية التي تتسم دائما بطابع صاحبها أو محررها، في أسلوب التفكير وأسلوب التعبير، ولا تتجاوز مساحتها عموداً صحفياً على أكثر تقدير، وتنشر بانتظام تحت عنوان ثابت في مكان ثابت وتوقيع ثابت هو توقيع المحرر[١٢].

والعمود الصحفي هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد على نصف أو عمود، تصنعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها، ويعبر من خلاله عما يراه من آراء أو أفكار أو خواطر أو انطباعات فيما يراه من قضايا وموضوعات ومشاكل وبالأسلوب الذي ترتضيه[١٣].

وبينما نجد في المقال الافتتاحي أنه لابد لكاتبه أن يلتزم بسياسة الصحيفة، فإنه في المقال العمودي (العمود الصحفي ليس الكاتب مطالباً بالالتزام بسياسة الصحيفة، وإن كان من المتعارف عليه ألا يكون العمود الصحفي معارضاً لسياسة الصحيفة.

ويقول علماء الصحافة أن المقال الصحفي وخاصة العمود هو نهاية الصحفي بمعنى أنه لا يكتبه إلا من تمرس في مهنة الصحافة وقطع فيها شوطاً كبيراً لأن كاتب المقال لابد أن يركز على قضايا تهم القراء وأن يخاطب قلوبهم ومشاعرَهم وأحاسيسهم بحيث يخرج من تناوله لمثل هذه الموضوعات بالحكمة والعبر والموعظة ولا يمكن أن يصل الكاتب لهذه الهداف إلا إذا توافرت فيه شروط عديدة لعل أهمها الخبرة، وحب القراء وتقديرهم للكاتب.

ومن أمثلة الأعمدة الصحفية في الصحافة اليومية:

١- الأهرام:

- مواقف .. لأنيس منصور.
- حقائق.. لإبراهيم نافع.
- مجرد رأي.. لصالح منتصر.
- صندوق الدنيا .. لأحمد بهجت،

٢- الأخبار:

- صباح الخير.. لسعيد سنبل.
- ١/٢ كلمة .. لأحمد رجب.
- كلمات .. لمحمود عبد المنعم مراد.

٣- الجمهورية:

- خطوط فاصلة .. لسمير رجب.
- العلم والحياة.. للدكتور/ عواطف عبد الجليل.
- قرآن وسنة .. للدكتور/ عبد الله النجار.
- من ثقف الباب. لكامل زهيري.

٤- الوفد:

- هموم مصرية .. لعباس الطرابيلي.
- في الممنوع .. لمجدي مهنا.
- يوميات صحفي مشاغب .. لأيمن نور.

أنواع العمود الصحفي:

وهناك أنواع عديدة للعمود الصحفي منها:

١- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشئون العامة، حيث يتعرض لمختلف القضايا مثل مواقف لأنيس منصور وخطوط فاصلة لسمير رجب.

٢- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللازم والقائم على السخرية، من الظواهر السلبية في المجتمع مثل ٢/١ كلمة لأحمد رجب في صحيفة الأخبار، وعمود صندوق الدنيا لأحمد بهجت في الأهرام.

٣- العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل للكاتب من القراء ثم يتولى الرد أو التعليق عليها أو يكتفي بنشر الأسئلة أو الخطابات دون رد أو تعليق، ومن أبرز الأعمدة الصحفية في هذا المجال عمود "قرآن وسنة" الذي يكتبه د. عبد الله النجار الأستاذ بجامعة الزهر حيث يجيب على رسائل القراء فيما يتعلق بأمور الدين والدنيا.

٤- العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواء على لسانه أو على لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل المونولجات أي الحوار مع نفسه أو الديالوج أي الحوار مع غيره.. فمرة يأخذ العمود شكل الحوار بين أستاذ وتلميذه. ومرة يأخذ شكل الحوار بين عجوز وشاب، ومرة يأخذ شكل الحوار بين رجل وامرأة، وفي كل الحالات فإن الكاتب يحرص على جذب اهتمام عدد كبير من القراء مثل مقال محسن محمد "من القلب" في صحيفة المساء.

٥- العمود الصحفي الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات وهو يهدف إلى تسلية القارئ عن طريق التركيز على الوصف الديكتاتوري للجوانب الغربية أو الطريقة في الحياة وفي المجتمع ومثال ذلك عمود صباح الخير الذي يكتبه جهاد الخازن في صحيفة الشرق الأوسط.

كيف تكتب العمود الصحفي؟

يحتوي العمود الصحفي على ٣ مكونات:

١- المقدمة ٢- الجسم ٣- الخاتمة

فالمقدمة لابد أن تشمل مدخلاً أو زاوية يمهد بها الكاتب لموضوع العمود وهذا المدخل أو الزاوية قد تشمل خبراً من الأخبار أو حدثاً، أو فكرة أو خاطرة أو لمحة أو انطباع يرى القارئ أنه يحتاج إلى توضيح. أو قضية تمس قطاعاً كبيراً من الجماهير.

ولكن يشترط في هذه الزاوية التي يتناول الكاتب من خلالها القضية أن تكون أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها.

أما جسم العمود الصحفي فهو يضم جوهر المادة التي يحتويها العمود، وتشمل الأدلة والشواهد والحجج التي يؤكد بها الكاتب رأيه، وكذلك تفاصيل الحدث أو الصورة الحية أو القضية أو المشكلة التي يطرحها الكابت على القارئ، وعندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ وإجابة من الكاتب فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ.

وأما خاتمة العمود فهي أهم جزء فيه وتتضمن خلاصة رأي الكاتب والنظريات التي يقدمها للقراء بعد أن يجيب على سؤال أو أسئلة مقدمة من القراء، وعموما فالمقال العمودي أو العمود الصحفي يكتب بطريقة الهرم المعتدل.

[٣] المقال التحليلي:

يشهد ما يسجله تاريخ الصحافة في مصر أن المقال التحليلي قد ساهم بالفعل فيما مضى بدور ملموس ومتميز في تدعيم أهداف النضال الوطني، وذلك إبان الاحتلال الأجنبي، حيث لا ننسى العديد من الأسماء الصحفية اللامعة التي انبرت لكتابة المقالات السياسية التحليلية المؤثرة، أمثال الشيخ محمد عبده، وعبد الله النديم، والشيخ على يوسف، ومحمد حسنين هيكل.

كما أن المؤشرات البالغة الدلالة على أهمية المقال التحليلي حرص الصحف على إفراد مساحات كبيرة منها لنشر العديد من صور هذا المقال، ارتباطاً بقيمة سدوره الإعلامي، حيث أنه احتفظ بمكانته في الصحافة الحديثة (١٤).

وتعرف الدكتورة إجلال خليفة المقال التحليلي فتقول أنه:

إيضاح وتفسير لبعض جوانب حدث أو فكر، وإجابة على بعض أدوات الاستفهام، تخرج إلى ذهن القارئ بعد قراءة نبأ، مثل أداة "لماذا" أو موضوع يحتاج

إلى إضافة أبعاد أخرى تربطه بجذور تاريخية وإنسانية مكانية، حتى يجد القارئ لهذا النبأ أو الأفكار مكاناً في تتابعه الهائل بغيرها من الأحداث اليومية(١٥).

ومعنى هذا أن المقال التحليلي يتميز بـــ:

* أنه يقوم على العرض والتحليل العميق والمدروس للأحداث الجارية وطرح ومناقشة القضايا والموضوعات التي تشغل الرأي العام.
* أن المجال يتسع أمام كاتب المقال التحليلي للخوض في مختلف أوجه النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد واجتماع وثقافة، وكافة شئون العلم والأدب والثقافة وإن كان النشاط السياسي يستأثر بالاهتمام على غالبية موضوعات المقالات التحليلية. وهو في ذلك شأنه شأن العمود الصحفي، وإن كان يتكشف الأمر من جانب آخر عن فارق هام بين المقال التحليلي والعمود، ففي حين تغلب السياسة على المقالات التحليلية، نجد المسائل الاجتماعية هي الغالبة عادة على العمود الصحفي .
* أنه يرتكز على خطة معينة تنطوي على تحديد هدف واضح محدد، حيث يحرص كاتب المقال التحليلي لبلوغ هذا الهدف على كشف أبعاد الموضوع ودلالاته الواقعية، والعناية بتقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات والحقائق الثابتة. إضافة إلى طرح الآراء والاتجاهات سواء المؤيدة أو المعارضة لوجهة نظر المحرر .
* أنه يتصف بالتبيان والتنوع من حيث المكان أو الحجم الذي يشغله، بمعنى عدم نشره في مكان أو مساحة ثابتة على الدوام. إذا الأصل العام أنه ليس ثمة حجم معين للمقال التحليلي، كما أنه لا يتسم بثبات مواعيد نشره أو بمكانه المحدد والخاص به على صفحات الجريدة أو المجلة.
* أنه لا يتضمن الرأي الرسمي للصحيفة تجاه الحدث الذي يتناوله -كما هو الحال بالنسبة للمقال الافتتاحي على ما رأينا- وبتعبير أكثر وضوحا عدم التزام كاتب المقال الصحفي بالتعبير عن سياسة الصحيفة، ومع هذا فإنه ينبغي أي يختلف

معها، حيث يعبر عادة عن طابعها السائد وتوجهها العام، فضلا عن إبداء الرأي الذي تمليه مسئولية كاتبه تجاه المجتمع.

أما عن كتابة المقال التحليلي فإنهن يتكون أيضا من مقدمة وجسم وخاتمة ويشترط في هذه المكونات ما سبق أن قلناه في المقال الافتتاحي.

ولكن علماء الصحافة يؤكدون على ما يلي:

١- لابد أن يحتشد المقال التحليلي بأكبر كم وكيف من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد الشارحة لموضوع المقال بأبعاده المختلفة.

٢- يجب الاختصار في المقدمة، والموضوع في صياغتها، لأن ازدحام المقدمة بالتفاصيل والفرعيات يؤدي إلى تشتيت ذهن القارئ.

٣- يجب اختيار العناوين بدقة وموضوعية وجاذبية وكذلك العناوين الفرعية.

٤- يجب أن العناية بالخاتمة لأن تحتوى على خلاصة رأي المحرر في الموضوع بما يؤدي إلى استثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالقضية المطروحة واستيعابها.

[٤] المقال النقدي:

وهو الذي يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، بهدف توعية القارئ هذا الإنتاج ومساعدته في اختيار ما يقرؤه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبي والفني والعلمي الذي يتدفق كل يوم سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي.

وللمقال النقدي مجالات عديدة منها:

١- الإنتاج الأبي من قصص وروايات وشعر وأغاني.

٢- الإنتاج المسرحي.

٣- الإنتاج السينمائي.

٤- الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني من تمثيليات وأغاني وبرامج منوعة.

٥- الرسوم التشكيلية من رسوم وصور ونحت وغيرها مما يدخل في عالم الفنون التشكيلية.

٦- الإنتاج العلمي ممثلا في المؤلفات والكتب الجديدة[١٦].

وظائف المقال النقدي:

للمقال النقدي وظائف عديدة لخدمة المجتمع منها:

١- عرض وشرح وتفسير وتحليل الأعمال الأدبية الفنية والعلمية والكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.

٢- تقييم شكل ومضمون العمل الفني والأدبي والعلمي وذلك بالكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية.

٣- إرشاد القارئ ومعاونته على اختيار أفضل الأعمال الفنية أو الأدبية أو العلمية المناسبة وذات المستوى الرفيع.

٤- الكشف عن آثار ونتائج العمل الفني والأدبي على الجمهور المتلقي.

كيف نكتب المقال النقدي؟

للمقال النقدي مقدمة وجسم وخاتمة ويشترط في هذه المكونات ما سبق أن قلناه عند الحديث عن المقال الافتتاحي، ويكتب المقال النقدي بطريقة الهرم المعتدل.



مراجع الفصل الرابع

١- محمد وهدان – مذكرات في الصحافة المدرسية – مطبعة الأزهر – ١٩٩٧ – القاهرة صـــ٩٩.

٢- نقلاً عن أسماء حافظ – مبادئ صحافة – مرجع سابق صـــ٢٠٨.

٣- فاروق أبو زيد – فن الكتابة الصحفية – مرجع سابق صـــ١٧٩.

٤- محمود أدهم – الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام- القاهرة -١٩٧٧ صـــ١٨٠.

٥- فاروق أبو زيد – فن الكتابة الصحفية – مرجع سابق صـــ١٨٠ وما بعدها.

٦- المصدر السابق نفسه صـــ١٨١.

٧- عبد اللطيف حمزة – المدخل في فن التحرير الصحفي – مرجع سابق صـــ ١١٢- ١١٨ .

٨- عبد العزيز الغنام- مدخل في علم الصحافة صـــ ١٥٩.

٩- محمد منير صابر حجاب – المقال الافتتاحي – مؤسسة سعيد للطباعة طنطا -١٩٨٧ – صـــ٧٨.

١٠- المصدر السابق نفسه صـــ٢٠.

١١- أسماء حافظ – مبادئ صحافة – مرجع سابق صـــ٢١٧.

١٢- عبد اللطيف حمزة – المدخل في فن التحرير الصحفي – مرجع سابق صـــ٢١٨.

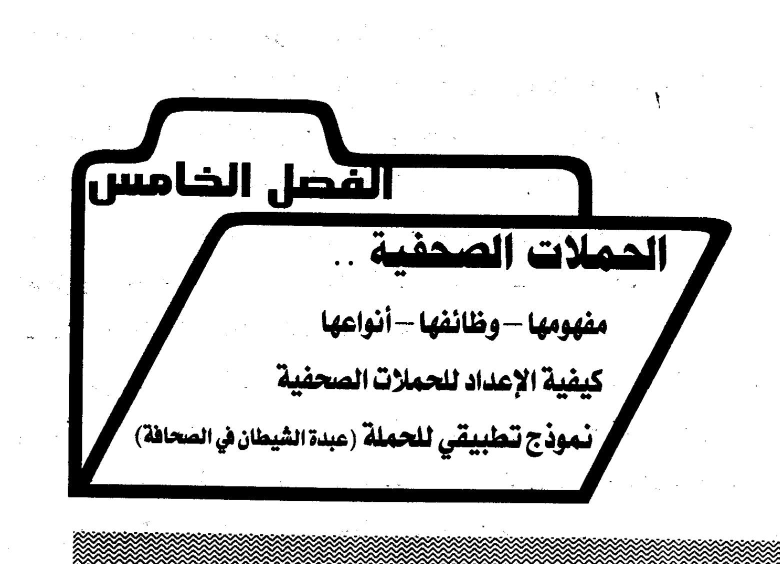
١٣- فاروق أبو زيد – فن الكتابة الصحفية – مرجع سابق صـــ١٩٣.

١٤- أسماء حافظ – مبادئ صحافة – مرجع سابق صـــ٢٢١.

١٥- إجلال هانم خليفة – اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي – مرجع سابق صـــ ١١٣.

١٦- فاروق أبو زيد – فن الكتابة الصحفية- مرجع سابق صـــ٢١٨.




الفصل الخامس
الحملات الصحفية ..
مفهومها – وظائفها – أنواعها
كيفية الإعداد للحملات الصحفية
نموذج تطبيقي للحملة (عبدة الشيطان في الصحافة)

تعريف الحملة الصحفية

لعل السؤال الذي يطرح نفسه في البداية: ما الحملة الصحفية، وما الدور الذي تؤديه لخدمة المجتمع؟

عندما ننظر إلى القواميس الأجنبية نجد أن الحملة الصحفية يطلق عليها Campaign .

ومعناها باللغة الإنجليزية: حملة أو غزوة أو غارة، وباللغة الفرنسية Campaigne ومعناها الحرفي: حملة عسكرية.

وتوضح دائرة المعارف الأمريكية معني Campaign بأنها سلسلة متصلة من العمليات العسكرية الحربية سواء في حرب أو في جزء من الحرب ، وفي عام ١٧٧١ م استخدمت الكلمة Campaign في مجال الصناعات الحديدية، وهي تطلق على الفترة التي يستخدمها القرن في العمل، وفي عام ١٨٧٠م أصبح المعنى المجازي للكلمة: أية حملة عسكرية أو معنوية مشابهة للحملة العسكرية، مثل الحملات السياسية أو الاجتماعية أو التجارية.

وفي المصباح المنير حمل بفتح الحاء والميم واللام، ومشتقاتها حمال وحامل وتحمل وحملة، والحملة بكسر حاء وميم، ما يحمل على الظهر، والجمع: أحمال وحمول، وحملت المتاع حملاً باب ضرب، والأنثى حاملة بالهاء ولأنها صفة مشتركة، ويقال للمبالغة حمال، وحملت المرآة ولدها، حملت بمعني علقت، وحملت الشجرة حملاً أخرجت ثمارها، وفلان لا يجمل الضيم أي يأنفه ويدفعه عن نفسه، وحملت المرأة حملاً: حبلت ، وحملت المرآة جنينها وبه: علقت به، فهي حامل وحاملة، وحملت على بني فلان أفسد، وحملت عليه في الحرب مشعلة: كرر انقض عليه، وتحامل على فلان: جار ، وتحامل كلفه ما لا يطيق. ويقال تحاملت على نفسي وتحامل الشيء وفيه دبة : تكلفة على مشقة وإعياء، وتحامل الزمان على فلان: أعرض عنه، والحملة : الاحتمال والارتحال من مكان لآخر.

ويتضح مما سبق أن مفردات الحاء والميم واللام في اللغة العربية تعني: الضغط والمشقة والتعب والإجهاد والمنازلة. وكذلك أن مفردات كلمة Campaign - Campaigne تعني الحرب والغزو والإغارة، والهجوم بالأسلحة لتحقيق النصر على العدو أو الخصم، أو بمعنى آخر: أن الكلمة تعني الاقتحام والهجوم على عدو، بحشد كل الإمكانيات المادية من بشر وسلاح ومعدات لتحقيق الهدف من الاقتحام.

ويعرف الدكتور عبد اللطيف حمزة – في كتابه "المدخل في فن التحرير الصحفي "الحملة فيقول:

لعل أبسط تعريف للحملة الصحفية أنها تتكون من عدد من المقالات أو التحقيقات الصحفية يتبع بعضها بعضا بلا انقطاع أو يكتبها محرر واحد أو عدد من المحررين المنتمين إلى صحيفة واحدة، وتكون في معنى واحد ولهدف واحد يعود بالنفع على المجتمع المقصود بهذه الحملة.

ويقول أيضا:

"إن الحملة الصحفية هي قمة الجهود التي تبذلها الصحيفة، وهي المرحلة الأخيرة التي تصل إليها هذه الجهود بعد أن تقطع الصحيفة مرحلة الخبر، والتعليق على الخبر، والتحقيق المتولد عن هذا الخبر، وأخيراً تأتي بعد كل ذلك مرحلة الحملة الصحفية إن كانت هناك ضرورة، إذ الفائدة من وراء هذه الحملة والضرورة التي تدعو إلى تنظيم حملة صحفية كثيراً ما تكون نتيجة الشعور العميق بالمطالبة بإصلاح وضع من الأوضاع الفاسدة سياسياً كان أو اجتماعياً أو مذهبيا ونحو ذلك.

وواضح من التعريف السابق أن الدكتور حمزة يؤكد على:

* الحملة تستمد أهميتها من مقتضيات الضرورة التي تمليها متطلبات إصلاح السلبيات التي يعاني منها المجتمع.
* الحملة قد تعتمد على فن واحد ن فنون التحرير الصحفي دون انقطاع.

* الحملة تتصاعد تدريجيا، وهي مرحلة أخيرة بعد تخطي مراحل الخبر، والتعليق عليه والتحقق المتولد منه.

وهناك تعريف آخر للحملة الصحفية وإن كان يعتبر تعريفا جزئيا حيث يقتصر على تناول وتحديد معني ما يسمى : المقال فيقول التعريف أن الحملة هي:

"تلك التي تعتمد على كتاب المقالات أولا، والذي يولون الكتابة يومياً أو أسبوعياً أو كتابة أكثر من مقال واحد يومياً، وهكذا حتى يتضح الهدف وتتحقق الغاية من كتابة الحملة، حيث يكون الغرض من هذه الحملة إقناع الجمهور بفكرة معينة ويعمد الكاتب إلى تقسيم حملته إلى مراحل وفترات متعاقبة يومية أو كل يومين أو كل أسبوع بحسب الأحوال.

أو أيضا ما يطلق عليها حملة التحقيقات، وتعريفها بأنها "أسلوب نشر إيجابي وجدير بما يبذل من جهد ويؤكد دور الصحيفة أو المجلة ومسئوليتها الاجتماعية والوطنية ويرفع من أقدراها في عيون القراء حيث يكون عماد هذه الحملات سلسلة من التحقيقات التي تكشف بعض الأوضاع السلبية وتقوم بتعرية الثغرات القائمة أو تهاجم جوانب الإهمال المختلفة أو تلك التي تؤيد الأعمال الهامة والمقيدة أو تقوم بالدعوة إلى عمل هام وطني أو قومي وما إلى ذلك كله".

وهناك تعريف آخر للحملة بأنها:

"أداة تغطية إعلامية مكثفة وإطار نشر صحفي مرحلي متتابع، لمادة تحريرية تختص بأن مضمونها يتصل بمعالجة موضوع أو قضية تهم الرأي العام، وتستأثر من حيث محتواها بأنها تتوسل لاستقائه وتدفقه بأقصى الإمكانيات التحريرية والطاقات الفنية والإدارية للصحيفة، والتي تطوع في إتباع أسلوب الحملة مختلف أشكال أو قوالب التحرير الصحفي متضافرة، أو -أحيانا- استخدام الشكل التحريري الواحد المتكرر بذاته، وذلك في إطار وحدة موضوعية دقيقة متصلة ومتناسقة في ترابط وتفاعل متبادل، كما تفرد لها مساحات تحريرية واسعة في صفحاتها وامتدادها بلزوم الأمر إلى أكثر من عدد منها فضلاً عن امتداد الزمن الذي يستغرقه

نشرها، وما يستتبعه هذا كله من تعدد وتنوع صفة المحررين والكتاب الصحفيين والرسامين والمصورين المشاركين في تحريرها، وكذلك الاعتماد على قاعدة عريضة من المعلومات لمادتها، ثم ما تميز به من بعد تنظمي هام يتمثل في ارتكازها على أسس من الإعداد والتخطيط المسبق والمتجدد باستمرار والمتابعة والإشراف على تنفيذها والتقييم المرحلي لنتائجها وجدولتها، ويأتي في النهاية ما تنفرد به من دور إعلامي مترامي الأبعاد وبالغ المدى والتأثير إلى حد يفرض معه ضرورة استخدامها بالتعيين، وبما يساير السياسة التحريرية للصحيفة، ويحقق أساسا غاية تغيير واقع المجتمع إلى الأفضل والارتقاء الحضاري به".

والحملة الصحفية أثناء نشرها تحاول خلق صراع بين طرفين:

الطرف الأول: وهو المتلقي أو مستقبل الحملة.

والطرف الآخر : وهو المستهدف من الحملة الصحفية.

ويذكر الدكتور فاروق أبو زيد في كتابه "فن الكتابة الصحفية" أن:

الحملة الصحفية ليست فنا من فنون التحرير الصحفي.. وإنما هي فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله.

فقد تبدأ الحملة الصحفية بخبر ثم تتطور إلى تقرير صحفي ثم إلى تحقيق صحفي... وقد يجذب الموضوع عددا من كتاب المقالات في الصحيفة حتى يتحول الموضوع إلى حملة صحفية.. وهو عندما يتحول إلى حملة صحفية لا يصبح فنا قائما بذاته من فنون التحرير الصحفي وإنما هو فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة موضوع الحملة..

فالحملة الصحفية ليست سوى شكلاً من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير الصحفي.

وعلى هذا الأساس فالحملة الصحفية قد تأخذ شكل الأخبار الصحفية وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية، وقد تأخذ شكل التحقيقات الصحفية أو المقالات الصحفية

أو التقارير الصحفية.. بل وقد تأخذ هذه الأشكال كلها معا.. بل وقد تتضمن أيضا الرسوم والصور الفوتوغرافية والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية الأخرى.

تاريخ الحملة الصحفية:

كانت أولى الحملات الصحفية في التاريخ تلك التي نشرت أيان العصر الروماني في حقيبة زمنية سحيقة، وذلك عند استخدام الإمبراطور الروماني أغسطس الدورية التي كانت تسمى "**الأحداث اليومية**"، Actua Durna في تنظيم ونشر حملة لمقاومة النزعات الانتحارية التي سادت في عهده، على أثر اتساع أرجاء الإمبراطورية الرومانية آنذاك واضمحلال الأخلاق وانتشار الفساد وملامح التدهور بصفة عامة.

ثم ما ذكر أيضا بالنسبة للصحف في أمريكا، مثل حملة صحيفة نيوانجلد كارنت New England Courant عام ١٧٣١ م على تجار الأسلحة وعلى القراصنة وعلى فساد مصل التطعيم ضد الجدري، وكذا حملة صحيفة نيويرك وورلد New York World طيلة العقدين التاسع والأخير من القرن الماضي من أجل المعالجة الطبية المجانية.

وتعقيبا على ذلك ففي تصورنا أنه من المستبعد انطباق وصف الحملة الصحفية بمعناها الفني الدقيق –الذي نقصده– على تلك الأمثلة الواردة ا, ما شابهما، ونكتفي بالتدليل على هذا النظر بالإشارة إلى أنه لم تكن قد انتشرت وقتها الصحافة المنتظمة دوريا أو استخدامها للطباعة وباقي الإمكانيات الأساسية الأخرى.

ويذكر بعض علماء الصحافة أن أولى العمليات الصحفية في العصر الحديث –في هيئة سلسلة من المقالات –هي التي ظهرت عام ١٧٩٩م مصاحبة لظهور الصحافة العالمية المطبوعة، وكانت الحملة ضد وليم بت الإنجليزي الذي ناصب الثورة الفرنسية العداء الشديد.

أما عن الصحافة المصرية، فإن أول صحيفة استخدمت حملة صحفية، هي المصور في عددها رقم ٣٤٧ الصادر سفي أول يونيو ١٩٣١ ولكن يؤرخ عادة لظهور الحملات الصحفية بسلسلة المقالات التي شنها الصحفي البليغ " الشيخ على يوسف" في جريدة "المؤيد" في التنديد بالاحتلال الإنجليزي ونقد سياسة معتمده في مصر اللورد كرومر، والجدير بالذكر أن تلك المقالات والتي نشرت خلال عام ١٩٠٦ قد أثارت ضجة إعلامية وقتذاك، وحظت باهتمام القراء بالنظر إلى ما انطوت عليه من دواع وطنية لإزكاء روح النضال والكفاح الوطني وبث مشاعر الكراهية للمحتل الأجنبي وممثله لنيل الاستقلال، ثم في ضوء ما نجم عنه من أثر فعال حيث مهدت لعزل المعتمد البريطاني المذكور من منصبه.

ونرى من الأهمية أن نسوق هنا ما ورد من رأي له قيمته بقول حرفيا:" والذي لاشك فيه أن مقالات على يوسف بعنوان" قصر الدوبارة بعد يوم الأربعاء" كانت من نوع الحملة الصحفية، ففيها حمل الكاتب حملة شعواء على اللورد كرومر ومضى يوجه إليه وإلى سياسته شربات متوالية.. ويمكن القول إنها من أولى الحملات الصحفية الناجحة في تاريخ الصحافة المصرية.

وكذلك يسجل التاريخ مقالات الزعيم مصطفي كامل بجريدته اللواء والتي نشرت في نوفمبر عام ١٩٠٦ م ضد المعتمد الإنجليزي اللورد كرومر -نفسه- حيث يذكر أنها من نوعية الحملات الصحفية التي عبرت عن السخط البالغ على الاحتلال والتنديد بظلمه الصارخ للمصريين، وكانت قد تمخضت عنها حملة صحفية خارج مصر أسفرت عن عزل ذلك المعتمد من منصبه عام ١٩٠٧م.

وبالمثل هناك نماذج أخرى عدة لحملات صحفية نشرت في مختلف الجرائد والمجلات المصرية، منها :الحملة الهجومية الموفقة التي شنتها جريدة "الأهرام" على البغاء عام ١٩٢٦ والتي توالت في أكثر من عدد في الجريدة المذكور وكان يشرف على تحريرها الشيخ محمود أبو العيون، والحملة الشهيرة التي قامت بها مجلة "روز اليوسف" ضد الأسلحة الفاسدة والتي كانت ترسل إلى الجيش المصري

في أثناء حرب فلسطين عام ١٩١٨ م، ثم حملة مجلة "الاثنين": ضد الغلاء والتي تولى أمرها عدد من المحررين بإشراف مصطفي أمين عام ١٩٤٤م، وأيضا حملات الجريدة الأسبوعية "أخبار اليوم" ومن بينها الحملة التي نشرتها في الأسابيع الأولى لصدورها عام ١٩٤٤ لمنح المرآة حق الانتخاب، والحملة التي دعت إلى مقاطعة المحتل الإنجليزي وذلك في الأعوام من ١٨٨٤ - ١٩٥٠ م، والحملة على الروتين الحكومي في السنوات المذكورة ذاتها .. وغير ذلك.

ولا تفوتنا الإشارة بصفة خاصة إلى حملة مجلة المصور ضد التسول في مصر سفي يونيو من عام ١٩٣١ م، حيث قد استخدمت المجلة لأول مرة تعبير الحملة الصحفية كما سبق أن أوضحنا.

وهناك الحملة التي أعدتها وشنتها جريدة الأهرام في شهر ديسمبر ١٩٧٠ بشأن تبني دراسة اقتراح أن تصبح الإجازة الأسبوعية لأجهزة الدولة يومين بدلا من يوم واحد.

ومثال آخر في الصحافة خارج مصر، حيث برزت في شهر يونيو ١٩٧٢ الحملة التي تبنتها صحيفة الواشنطن بوست الأمريكية للكشف عن فضيحة وتورط الرئيس الأمريكي آنذاك نيكسون في التجسس على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي وهو الحزب المنافس للحزب الجمهوري الذي ينتمي إليه الرئيس الأمريكي المذكور، وهي الحملة التي انتهت باستقالة نيكسون من رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية.

ويمكن القول أن الحملات الصحفية في الصحافة المصرية كانت تقوم في البداية على فن المقال الصحفي وحده، حيث لم تكن الصحافة في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين قد عرفت الفنون الصحفية المتطورة، مثل التحقيقات والتقارير والأحاديث وغيرها من فنون التحرير الصحفي، وقد اتجهت هذه الحملات إلى إشعال نيران الثورة في قلوب المصريين، بعد أن كانت كامنة فيها، لتنتشر في سائر أنحاء القطر مطالبة بالاستقلال وجلاء المستعمر.

ومن الملاحظ أن الحملات الصحفية عرفت في الصحافة المصرية باسم "المبارزات" فظهر على سبيل عنوان"مبارزة على الطريقة الباريسية في القاهرة"

وكان بطلها في مصر مستر رودي، الصحفي الايرلندي الذي كان محرراً لجريدة "اللواء" الإنجليزية التي كانت تصدر باسم "إجيبثيان" وكان يشن حملات عنيفة ليس فقط على الإنجليز، بللا أيضا على لفيف من المصريين.

كما عرفت الصحافة المصرية الحملات ذات الطابع السياسي منذ نشأتها، وحتى بعد الثورة، حيث شنت بعد الصحف المستقلة حملات عنيفة ضد العديد من الوزراء في الحكومات وغيرهم من كبار المسئولين في الدولة.

وظائف الحملة الصحفية

تؤدي الحملة الصحفية عددا من الوظائف يمكن الحديث عنها على النحو التالي:

١- تعبئة الرأي العام مع سياسة معينة أو قانون معين أو قرار معين أو اتجاه معين أو فكرة معينة، أو تعبئة ضد هذه السياسة أو ضد هذا القانون أو ضد هذه الفكرة.

٢- تنظيف المجتمع من الفساد، ومن ألوان الانحراف المختلفة.

٣- تهدف الحملة الصحفية عموماً إلي:

(أ) تقديم معلومات للقارئ حول قضية ما.

(ب) تعديل في الاتجاه نحو قضية ما.

(ج) تعديل في السلوك.

ففي الحملة الصحفية التي قامت بها الصحافة المصرية حول قضية عبدة الشيطان نرى أن هدف الحملة هو تقديم معلومات للقارئ حول هذه القضية التي قلبت المجتمع المصري رأسا على عقب، وجعل الرأي العام يتخذ موقفا من هؤلاء الذين يعبدون الشيطان، وكذلك تحذير الشباب من الانبهار بالغرب وتقليده في كل شيء.

الفرق بين الحملة الصحفية والمعركة الصحفية:

المعركة الصحفية قد تشمل مضمونا ينشر في عدة موضوعات حول قضية ساخنة، غالبا ما تكون ذات طابع سياسي بالدرجة الأولى، أو قد تتخذ طابعا أدبيا.. وقد لا يلتفت المتلقي إلى هذا النوع من المضمون إلا إذا كان صاحب ميول سياسية أو أدبية وغالبا ما ينتهي هذا النوع من المحتوى إلى ساحة المحاكم، ولا يصل فيها المتلقي إلى نتيجة ما.

كما أن المعركة الصحفية لا تستخدم إلا فناً واحد من فنون التحرير الصحفي وهو فن المقال الصحفي، وتجنح المعركة الصحفية عن الهجوم بالمستندات إلى الهجوم الذي يعتمد على إثارة مشاعر المتلقي، وقد يصل إلى درجة الإسفاف اللفظي، والمعركة عبارة عن مساجلات بين طرفين متصارعين ولكل طرف أنصاره ومعارضوه، ولا يمكن أن يتحقق الشكل العام للمعركة الصحفية إلا بنشر موضوع أو موضوعات في صحيفة ما فيرد الطزف الآخر في صحيفة أخرى أو في نفس الصحيفة لو كان المسئول عن التحرير يقف موقف محايد من المعركة.

الحملة الصحيفة والخبطة الصحفية:

وهناك أوجه اختلاف واتفاق بين الحملة الصحفية والخبطة الصحفية، والاتفاق يتأتى من أن كلا منهما يحقق السبق الصحفي من خلال نشر أسرار خافية على المتلقي، وكلا منهما يعتمد على المستندات والوثائق ويتسم المضمون بالهجوم.

لكن الخطبة الصحفية غالبا ما تعتمد على موضوع واحد فقط وإن تعددت الموضوعات تتحول الخبطة إلى حملة صحفية.

ومن الخبطات الصحفية في تاريخ الصحافة المصرية، الخبر الذي نشر عن وزارة عبد الفتاح يحيي باشا، الذي تولي رئاسة الوزارة عام ١٩٣٤ ، وقد نشر على هذا النحو:

"إن الإنجليز يقولون أن وزارة عبد الفتاح يحيي باشا فشلت، وطلبوا من الملك فؤاد أن يكون رئيس الوزارة القادم هو حسن صبري باشا أو توفيق نسيم

باشا، وأن هناك أزمة سياسية في الوزارة وعلى أثر هذا الخبر كتب رئيس الوزراء استقالته وسلمها إلى الإبراشي باشا ناظر الخاصة الملكية.

أما كيف حصل مصطفي أمين على هذا الخبر؟

فقد كان الجو السياسي في وزارة عبد الفتاح يحيي راكدا في فترة من فترات تولى الوزارة، وكان الوقت صيفا .. والوزراء يصطافون في الإسكندرية، وأهم حديث للصحف في ذلك الوقت: وفاة زارو أغا المعمر التركي الذي توفى عن ١٥٧ عاما، وعن فوز الملاكم فاكس باير ببطولة العالم، وعن وفاة أحمد زكي باشا شيخ العروبة.

وكان مصطفى أمين قد تقابل مع رئيس الوزارة، الذي أبدى سخطه على مجلة آخر ساعة التي نشرت الخبر، وعلى الكاريكاتير الذي نشر بها، ثم قال: كيف تهاجمونني والجو مكهرب، والإنجليز يقولون إن وزارتي فشلت، وطلبوا من الملك فؤاد أن يكون رئيس الوزارة هو حسن صبري باشا أو توفيق نسيم باشا.

وأحس مصطفي أمين أنه حصل على خبطة صحفية ضخمة، وحمل النبأ وذهب به المرحوم فهمي كريم باشا ثابت وزير المواصلات، وحاول أن يتأكد من صحة الخبر فقال له: أنه سمع من أحد السفراء الأجانب أن هناك أزمة سياسية في الوزارة، وأنه حدث كذا كذا.

وأخذ مصطفي أمين يشرح الأزمة، ذهب مصطفي أمين إلى محمد التابعي رئيس تحرير مجلة آخر ساعة وقدم قصة الأزمة.

وصدرت مجلة أخر ساعة وفيها أول نبأ عن الأزمة الكبرى، وكان للنشر دوي القنبلة، اعتقد رئيس الوزراء أن الذي أذاع السر هو أحد وزرائه وبالتحديد حسن صبري باشا وزير المالية، وبدأ التحقيق مع وزير المالية، ولكنه رفض الإجابة عن أي سؤال في التحقيق.

وقد تكون الخبطة الصحيفة مصدرا لحملات صحفية في وسائل الإعلام كلها أو بعضها.

أنواع الحملات الصحفية:

أولا: تقسيم الحملة الصحفية من زاوية أشكال الكتابة للصحفي:

١- حملة شاملة (مركبة): وهي التي تكون ملتقي لأكثر من شكل أو قالب تحريري صحفي.

٢- حملة نوعية : أي حملة الشكل أو القالب التحريري المتكرر بذاته، مثل الحملة التي تعتمد على المقال وحده والتحقيق وحده ونود أن نلمح إلى أن ذلك النوع الأول من التقسيم المذكور يمثل الصورة الأصلية أو المثلى للحملات الصحفية، حيث تتضافر في تغطية موضوع الحملة إمكانيات وطاقات القوالب أو الأشكال الفنية التحريرية المختلفة، وبالتالي فإن الحملة أساسا تفيد في أداء مهامها وأهدافها بمجموع ما تقوم به مختلف الأشكال أو القوالب الصحفية من وصف وأهداف ذاتية، وبحسبنا دليلا ما يكشف عنه الواقع العملي من أن الحملة الصحفية أضحت بصورتها الشاملة الموضحة أداة الصحافة الحديثة وأسلوبها السائد عن الاقتضاء. وإن كان ليس بمستبعد أن تمارس نشاطها الصحفي باستخدام أداة الحملة في صورتها الأخرى لاسيما تلك التي تعتمد على شكل أو قالب المقال الصحفي أو التحقيق الصحفي الواحد المتكرر، وفي ذلك يذكرنا تاريخ الحملات الصحفية بأن "حملة المقال الصحفي تمثل أصل نشأة فكرة الحملة الصحفية، ونخلص مما تقدم إلى أن جوانب وأبعاد الموضوع محل الدراسة بأكملها إنما تدور حول نوعية الحملات الشاملة في إطار التقسيم الموضح.

ثانيا: تقسيم الحملة الصحفية من وجهة البعد التنظيمي:

١- حملة معدة ومخططة.

٢- حملة تلقائية أو (مفاجئة).

ويقصد بالأولى نوعية الحملات الصحفية التي يتم الإعداد والتجهيز لها والتخطيط المسبق المناسب، فلا يبدأ تنفيذها إلا بعد إنجازه، واستكمال الصحيفة

لأهم ترتيبات ومستلزمات نشرها، وهي عادة ما يتم التمهيد لها بمادة تحريرية تحضيرية تهيئ الجمهور لاستقبالها وتكون بمثابة الضوء الملفت أو المنبه لانطلاقها وذلك مثل حملة البنوك الإسلامية في صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية.

هذا بينما يتحدد معنى الحملة الصحفية التلقائية أو المفاجئة في ضوء المدلول اللغوي للوصف الذي تحمله، أي أنها نوعية من الحملات تفرضها ضرورة متابعة قضية أو موضوع ساخن أو تلقائي مفاجئ والإسراع في ملاحقة تطوراته وتغطيتها الفورية، على أن عنصر الإعداد والتخطيط يعد أساسيا ولازما حتى بالنسبة لهذه النوعية من الحملات، وذلك باعتباره من مقومات الحملة عموما، وكل ما هناك أن تخطيط الحملة الصحفية التلقائية أو المفاجئة يتم لاحقا بمدى زمني على البدء الفعلي في تنفيذها مثل حملة عبد الشيطان كما سنرى.

ثالثا: تقسيم الحملة الصحفية بناء على مضمونها ومدى أو نطاق أهدافها:

١- حملة قومية(عامة).

٢-حملة محدودة (متخصصة).

وتطلق تلك النوعية الأولى على قلة الحملات الصحفية التي تضطلع بتغطية حدث أو موضوع أو قضية لا يقتصر أثرها على نطاق جماهيري معين أو قلة من الجمهور دون غيرها بل يمتد في مضمونها وأبعادها إلى المستوى القومي، حيث ينطوي الأمر على استثارة الاهتمام ومعالجة قضايا أو مشكلات تهم الدولة أو الهيئة الاجتماعية في مجموعها سواء التي تتعلق بسلامة الجبهة الداخلية فقي قطاعاتها المختلفة كالأمن والصحة والتعليم والإسكان والمواصلات وكافة مجالات الخدمات والاحتياجات الجماهيرية الأخرى، أو تلك المتعلقة بالأوضاع الخارجية أي على المستوى الدولي، ثم إنه ارتباطا بذلك فإن نوعية هذه الحملة دوما ما تحتاج إلى شغل مساحات تحريرية عريضة واستغراق فترة زمنية ممتدة، وذلك لعرض مادتها حيث يشترك في ذلك بالضرورة أكثر من عدد من الصحيفة متوالي ومتقارب، هذا فضلا عما تتطلبه معالجة وتغطية موضوعها من دقة في التخايل وعمق وثراء في

طرح الحوار واستيفاء المعلومات واستخلاص النتائج وتقييم الأداء توصلا إلى تحديد الوسائل والحلول التي تسهم في تحقيق أثرها المرجو، وواضح أن الأمر مرجعه إلى حيوية موضوع وأهداف الحملة الصحفية القومية بما يستحق ذلك التكثيف في مختلف جوانب تحريرها.

ثم إنه وترتيبا على كل ما سبق يمكن القول بأنه ليس بمقدور الصحف والمجلات وسائر الدوريات الصغيرة تنفيذ حملة صحفية من النوعية المذكورة بالتحديد لنقل العبء عليها.

وبعد ذلك فإنه وبمفهوم المخالفة يتضح ويتحدد معنى الجملة الصحفية من النوعية المقابلة، حيث يقصد بالحملة الصحفية المحدودة –المخصصة– تلك التي ينطوي موضوعها على تناول ومعالجة مشكلة أوامر يختص باهتمامات جماعة أو فئة نوعية من الجمهور كما ينحصر أثرها أو هدفها في حدود هذا الاختصاص بما يتولد عنه من رأي عام ائتلافي أو محلي سائد، تنسحب عليه مقومات الاهتمام المشترك والصالح الموحد أو المتشابه.

ومن النماذج التطبيقية للنوعية المذكورة نسوق على سبيل المثال الحملات القومية الموجهة لمعالجة مشاكل مهنية معينة من الفئات أو نحوها مثل : تسليط الأضواء على سكان حلايب عندما حدث خلاف على الحدود بين مصر والسودان.

رابعا: تقسيم الجولة الصحفية حيث مبناها وأصلها ابتداء:

١- حملة أصلية أو أساسية.

٢- حملة مضادة (تبعية أو حملة رد) .

والأولى بما تمثله من وضع غالب بالنسبة للحملات الصحفية في مجموعها هي نوعية الحملة التي تشرع صحيفة في القيام بها ابتداء بصفة أصلية أو على سبيل المبادرة دون أن تكون في أساس تقريرها نتيجة مترتبة على حملة ظهرت إلى الوجود وواقع التنفيذ، بينما يقصد بالحملة الصحفية المضادة في أبرز معانيها تلك الحملة التي تنشأ كصدى لواقعة أو حدث أو قضية مثارة، بحيث يتحدد

مضمونها التحريري ودورها الإعلامي في نفي الاتهام أو الانتقاد الموجه والدفاع المضاد ضد هجوم متوالي ينصب عادة في إطار حملة أو حملات أساسية بالمعني المتقدم، أو بمعنى أكثر تحديدا هي الحملة التي تبذل لإحباط تأثير حملة مواجهة.

وغالبا ما تلجأ صحف المعارضة إلى نوعية الحملة المضادة، والمفروض عموما أن يتبع في سياسة الدفاع والرد أسلوب المواجهة بالحقائق المدعمة بالأدلة والابتعاد عن الصراعات والتهديدات والمهاترات الشخصية وفي الجملة التزام حدود المصلحة العامة.

خامسا: تقسيم الحملة الصحفية من منظور طابعها واتجاهها العام:

١- حملة ذات طابع هجومي (استنكار - انتقاد - مواجهة - استياء)

٢- حملة دعوة أو تأييد (امتداح - استحسان - تحبيذ)

والواقع أن هذا التقسيم يعد من التقسيمات الأساسية للحملات الصحفية إذ يشيع استخدام التعبير عن النوعية الأولى منه يوصف للحملة الهجومية ويراد بها في معني شامل الحملة الصحفية التي تصطبغ ممارستها بطابع الانتقاد والكشف عن بعض الأوضاع السلبية مستخدمة أسلوب المهاجمة بغية تعرية الأخطاء وجوانب الإهمال أو الفساد القائمة وبما ينطوي عليه ذلك من معاني الاستنكار والمواجهة، ولكن دون توجيه الاتهام بغير دليل دامغ، أو التطرف أو بث الكراهية أو الوقوع في هاوية البذاءات والتطاول أو التشهير والاستعداء وما إليه، مما يخرج بوجه عام عن ميثاق شرف العمل الصحفي، ويشغل الصحيفة عن القضية الأساسية التي دعت من أجلها الحملة بصفة خاصة،وعلى طرف نقيض فإن النوعية الأخرى من الحملة الصحفية في إطار التقسيم المعني هي تلك التي يكون عمادها إظهار الجانب المشرق للأعمال والجهود الإيجابية البناءة ونحوه من المنجزات الهامة والنافعة على نحو يحمل معاني المديح والاستحسان والعرفان والتكريم والإطراء، كما وقد تقوم على الدعوة إلى عمل أو تحبيذ سلوك أو فكر معين سواء من أجل تنشيط

الشعور العام بالرضاء أو كمسكن أحيانا لمشاعر الاستياء لدى بعض الجمهور وإعادة بث ثقتهم بالأجهزة أو النظام ودحض أية دعاوى أو حملة تشكيكية.

سادسا: تقسيم الحملة الصحفية على ضوء الاعتبار الشخصي لجانب تحريرها:

١-حملة فريق التحرير المتكامل.

٢- حملة المحرر الصحفي الواحد.

هناك أخيرا- وليس آخر- هذا التقسيم الذي يتسم بأهمية خاصة ترتبط أساسا قيمة دور العنصر البشري كمحرك للعمل الصحفي التحريري على وجه التحديد.

وعلى ضوء الاعتبار الموضح يتحدد ويتبلور مفهوم نوعية حملة فريق التحرير متكامل بأنها تلك التي تعتمد على الجهد المتنوع والمتكامل لمجموعة من أعضاء الجهاز التحريري بالصحيفة أو حتى من خارجها على سبيل الاستعانة بالكفاءات والمواهب، سواء كانوا محررين صحفيين أو كتاب أدب أو رسامين ومصورين صحفيين وغير ذلك من الأقلام التي تشارك بمادة تحريرية في المجالات المختلفة الأخرى.

ولعله مناسبا الإشارة في ذلك إلى ما يؤكده المرحوم الدكتور عبد اللطيف حمزة أنه:"مما لاشك فيه أن أنجح الحملات الصحفية ما تعاون في كتابتها أكبر عدد ممكن من المشتغلين في الصحيفة، وهذا هو الفرق بين الصحف الحديثة والقديمة من حيث كتابة الحملات".

وبالنسبة لحملة المحرر الصحفي الواحد فلا صعوبة في بيان المقصود بها إذ يدل عليه مسماها بأتم وضوح، لذا نكتفي بالتنويه إلى أنه في بداية ظهور الحملات الصحفية كان يتولى تحريرها محرر واحد، هو نفسه صاحب الصحيفة، وذلك كما كان الوضع بالنسبة لصحف "المؤيد" و "اللواء" سابقا، وحاليا فإنه من الممكن أن يتولى أحد المحررين أو الكتاب الصحفيين تغطية جملة صحفية بمفرده وإن كان الأمر يقتصر على حدود ضيقة.


التخطيط
للحملة الصحفية

التخطيط للحملة الصحفية

لا جدال أن التخطيط السليم للحملة الصحفية يجب أن يراعي طبيعة ووظيفة مضمون الحملة الصحفية الذي يختلف عن المضامين الآخرين. وأن يضع صاحب الحملة في اعتباره الخواص العقلية والنفسية للمتلقي. عندما يثيره هذا النوع الهجومي من الرسائل الإعلامية. وأن يضع في اعتباره أيضا. عناصر نجاح الحملة الصحفية المهني وغير المهني.

والتخطيط للحملة الصحفية قبل النشر يتخذ طريقين أولهما : التخطيط في اعتبار الفكرة التي يدور حولها المضمون. وثانيهما: التخطيط أثناء فترة إعداد الحملة. وجمع المعلومات والحقائق ومستنداتها.

أفكار الحملات الصحفية:

اختيار فكرة الحملة الصحفية:

سواء كانت هذا الفكرة تتعلق بمستهدف: شخص ومشكلة أو قضية.. الخ ولكي ينجح صاحب الحملة في اختيار الفكرة عليه أولا أن يتعرف على الحدود المطلوب عدم تجاوزها عند اختيار الفكرة .ثم ضرورة أن تتفق الفكرة مع سياسة الصحيفة التحريرية أو بالأخرى ضرورة اتفاق الفكرة مع رغبة ورأي واتجاه رئيس تحرير الصحيفة.

فهناك مجالات تتحرك فيها الأفكار بعيداً عن العادات والقيم الراسخة فلا يجوز لحملة صحفية أن تقوم على فكرة انفصال الولد والبنت في سن ١٦ سنة عن الأسرة انفصالا كاملا، في السكنى والمعيشة، بحجة ضرورة اعتماد الأبناء على أنفسهم. لا يجوز لحملة صحفية أن تعتمد على فكرة تشجيع الخمور ف مجتمع إسلامي بحجة أن السياحة قد تأثرت بقرار إلغاء الخمور في الدولة. أو حملة صحفية تطالب بفتح بيوت للدعارة بحجة أن الأمراض بحجة أن الأمراض السرية انتشرت بين الشباب.

إن التعرض للعادات والقيم السائدة أمر لا يمكن قبوله. لأنها تنبت من التراث

الثقافي للمجتمع. ولكن عادة في المجتمع وظيفة معينة. ولهذا فإن بعض العادات يصاغ في أشكال شبه قانونية. وبعضها الآخر يستمد قوته من الضغط الذي يمليه الرأي العام.رغم إنها لا تتفق مع رأي الفرد وحده.

ويرى كثير من رجال الاجتماع أن رأي الفرد الداخلي بخصوص عادة معينة قد لا يتفق ورأيه الخارجي عنها. فبعض الناس يؤيدون تبني فكرة مستحدثة معينة. وهم يفكرون فيها في أذهانهم ويناقشونها في مجالسهم الخاصة مع أصدقائهم. في حين يختلف رأيهم هذا فيها أمام جمهور الناس. وقد يرجع هذا الاختلاف أساساً إلى خوفهم من عقاب المجتمع لهم، فيما إذا كان رأيهم أمامه مخالف لعادات البيئة الاجتماعية التي تحيط بهم. أو خوفهم من مخالفة ضميرهم.

والحملة الصحفية لها حدود لا تتخطاها بالنسبة للمعتقدات الأولية. هذا النوع من المعتقدات الذي يتمركز في العمق الداخلي للنفس البشرية. حيث توجد في كل إنسان، وهي تتصل بعدد من الحقائق الاجتماعية والحسية عند النفس. وتعتبر نشأة هذه معاصرة إلى حد كبير لميلاد الشخص، وهي تبني أساساً على حقائق، ولا

معاصرة إلى حد بعيد لميلاد الشخص وهي تبني أساسا على حقـــائق، ولا . وهذا النوع من المعتقدات يؤخذ كقضية مسلم بها.

ومن الخطأ الشديد أن يرتب الصحفي لحملة تتعارض مع التـــراث الثقـــافي للشعب. والعكس صحيحا. عندما يتعمق الصحفي فـــي دراســـة التـــراث الثقـــافي للجماهير، فإن ذلك يساعده على إجراء حملات ناجحة إذا كانت لحملة هذا التـــراث الثقافي.

وقد يختار كاتب الحملة الفكرة التي لا تمس التقاليد الراسخة أو المعتقدات أو العادات الحسنة. ولكن الفكرة قد لا تتفق مع سياسة تحرير الصحيفة التي يعمل بها.

ونحن نعلم أن لكل صحيفة سياستها التحريرية التي تعلن عنها منذ صـــدور العدد الأول تجاه المسائل والقضايا المختلفة . ولا يجوز لكاتب الحملـــة أن يختـــار فكرة تهاجم حزب الوفد وهو يعمل في صحيفته. هذا بالنسبة للصحف الحزبية.

أما بالنسبة للصحف المستقلة : فإن السياسة التحريرية قد تكون مستقلة من الناحية النظرية فقط. أي أنها لا تقف بجانب قوة ما ضد قوة أخرى. ولكن رسائلها الإعلامية تكون من أجل كل الاتجاهات. ولا يحكمها في ذلك إلا المصلحة العامة أولا وأخيرا.

وأما من الناحية الواقعية. فإن سياسية تحرير الصحيفة المستقلة تحكمها علاقة رئيس تحريرها بالقوى المحركة في الدولة وخاصة من الناحية السياسية. وعلى رأسها السلطة بكل أجهزتها ثم الحزب الحاكم فأحزاب المعارضة الأخرى.

ولنأخذ عدة أمثلة توضح تطابق فكرة الحملة الصحفية مع سياسة تحرير الصحيفة: كانت صحيفة، "الجماهير" يسارية وصدرت في عام ١٩٤٧م وتوقفت بعد صدورها بعامين،ولذلك كانت سياستها التحريرية الوقوف إلى جانب الحركة العمالية المصرية. والقيام بحملات صحفية من أجل العمال .

ومن بين هذه الحملات الحملة التي أدت إلى نتائج على جانب كبير جدا من الأهمية تجاه الطبقة العاملة والحركة النقابية: فقد كتبت بعنوان ٢٦٠٠٠ من عمال شركة مصر بالمحلة بين استبداد الاحتكاريين ونقابة من الجلادين ودعت إلى إقامة شركة المحلة ثم حدثت الاضطرابات بين عمال الشركة وتدخل البوليس والجيش. فطالبت الجماهير بحل النقابة الصفراء وإجراء انتخابات نقابية جديدة. ورفع الأجور بنسبة ٢٥% وطالبت بعدم فصل العمال.

ويتضامن عمال النسيج في شبرا الخيمة مع عمال المحلة استجابة لنداء الجماهير الذي رددته :"يا جماهير ويا عمال مصر اتحدوا".

ثم تفتح الجماهير اكتتاباً عاماً لشهداء المحلة . واعتبرت الجماهير يوم ٢ ١٩٤٧ م – يوم شهداء المحلة –عيداً لكفاح العمال المصريين.

ومن أجل اهتمام الصحيفة بالحركة العمالية من خلال تبنيها لقضية عمال المحلة الكبرى–تولى محامو مكتب الاستشارات القانونية بالجماهير الدفاع عن العمال المقبوض عليهم. وأرسلت الجماهير مندوبين عنها ليواصلوا تعبئة الجهود في المحلة والقرى القيمين بها ليعكسوا فقط رأي "الجماهير" وإنما ليسهموا في عملية التعبئة والتنظيم.

وتتطور الحملة الصحفية من أجل عمال المحلة لتحقق نتائج باهرة. حيث توحدت كل نقابات عمال النسيج في اتحاد عام لعمال الغزل والنسيج يتكون من ممثلين لعمال شبر الخيمة والقاهرة والمحلة ودمياط والإسكندرية. ويطالب الاتحاد العام في أول بيان له بفتح مصانع المحلة فوراً دون قيد. وإجابة مطالب العمال.

أما مجلة "روز اليوسف" فقد كانت في بداية ظهورها كانت مناصرة لحزب الوفد وكان الوفد في بداية وزارة توفيق نسيم باشا ١٩٣٥ م – يناصر الوزارة القائمة من أجل العمل عل إعادة دستور ١٩٢٣ م الذي ألغاه إسماعيل صدقي باشا عام ١٩٣٠ م. والكن مجلة روز اليوسف هاجمت الوزارة النسيمية. وبذلك خرجت عن سياسة الوفد. فهاجم مصطفي النحاس باشا المجلة واعتبرها منشقة عن مبادئ وأهداف الوفد.

وعندما صدرت مجلة آخر ساعة عام ١٩٣٤ م كانت سياستها التحريرية مناصرة حزب الوفد والنحاس باشا الرئيس الجليل. وهاجمت جميع الوزارات غير الوفدية بين أعوام ٣٤ – ١٩٣٧ . ونشرت الحملات الصحفية عن الأحزاب المناوئة . وأعلنت المجلة عن استقلالها عن حزب الوفد في نهاية عام ١٩٣٧. وبدأت هذا "الاستقلال" بحملة صحفية بقلم محمد التابعي صاحب آخر ساعة حول الخلاف بين القصر وبين الوفد أثناء تولي الوفد رئاسة الحكومة ١٩٣٦. وفي هذه الحملة أوضح التابعي للرأي العام ما للوفد وما عليه في هذا الخلاف.

وفي مصر نوعان من ملكية الصحافة. صحف تملك الدولة وتعين رؤساء تحريرها عن طريق مجلس الشورى. على اعتبار أن الصحافة ملكاً للشعب ممثلاً في مجلس الشورى. ورئيسه هو الرئيس للمجلس الأعلى للصحافة. ثم الصحف التي تملكها الأحزاب السياسية.

أما طريقة اختيار كاتب الحملة الفكرية، فلابد أن تكون بداية من الأفكار الهجومية على الأفكار الصحفية التقليدية، والتي تتنوع بين الجودة وعدم الجودة.

والفكرة لحملة صحفية تمتاز عن الأفكار الصحفية الأخرى بما يلي:

١- أنها هجومية موثقة. وبالتالي فإنها ليست من الأفكار العرضية المباشرة التي تهتم بعرض الموضوع. وليست تقريرية كما أنها ليست وصفية. ولكنها تتسم بالعرض الموضوعي الهجومي المباشر. وبذلك فإننا نقول أن هذه الفكرة التي تصلح لحملة صحفية بعيدة عن الفكرة التاريخية التي تعتمد على الاستعراض التاريخي. كما أنها ليست فكرة نقدية تحمل الرأي والرأي الآخر تجاهها.

٢- كاتب الحملة لا يمكنه أن يجرد نفسه على الإطلاق من الحكم على مفردات الفكرة منذ البداية. وقبل الإعداد للحملة . ووضع الفكرة موضع التنفيذ وهذا أمر طبيعي أو منطقي.

فالصحفي الذي يختار فكرة لحملة صحفية عن انهيارات المنازل في القاهرة الكبرى وعدم وجود خطة لإيواء سكان هذه المنازل. يتحدد رأيه بداية واتجاهه قبل جمع المعلومات الموثقة. عن أن هناك ثغرات كثيرة لحل في مشكلة هؤلاء السكان. وأن الدولة لم تضع خطة تجاه المنازل الآيلة للسقوط أو التي انتهى عمرها الافتراضي. وأن المسئولين عن الإسكان يتقاعسون في أداء واجبهم تجاه مثل هذه المباني القديمة.

٣- إن الأفكار العادية قد تقبل المناقشة. وقد لا يتفق رأي المتلقي مع رأي كاتب الموضوع.

أما الفكرة في حملة إعلامية فإنها لا تقبل المناقشة على الإطلاق. فالحقائق السليمة لا يمكن لأحد أن يقول رأيه فيها . فإذا قلنا مثلاً ضمن مضمون حملة صحفية أن فلانا كون شركة استثمارية من مستثمرين عرب ومصريين وأنه جمع أكثر من ١٣٨ مليون دولار. وأنه هرب بها إلى الخارج فلا يستطيع أحد أمام هذه الحقائق أن يقول رأيه فيها. أو يعارضها. لأنها حدثت بالفعل وبالمستندات.

لكننا في موضوع آخر قد نقول: أن الدولة تشجع الاستثمار. وأنها وافقت على كذا مشروع استثماري. في هذه الحالة فإن المتلقي قد يتفق مع هذا القول في

أن الدولة تشجع مثلا الاستثمار. لكن قد يقول متلقي آخر أن الدولة لا تشجع الاستثمار بسبب القوانين التي تقف عائقا أمام المستثمرين المصريين والعرب والأجانب. وأن الموافقة على (كذا) مشروع استثماري، لا تعني تشجيع الاستثمار .

واختيار زاوية التناول في الرسالة الإعلامية ليس عملاً تلقائياً ولا سهلاً. إذ أن نجاح الحملة الصحفية يتوقف على اعتبارات كثيرة وفي مقدمتها اختيار الفكرة.

ويمكن القول أن طبيعة الفكرة هي التي تحدد كيفية التخطيط لها في مراحلها المختلفة ، ويقتضي تحديد زاوية التناول لحملة ما. أو اختيار الفكرة توافر عدة معارف يكمل بعضها الآخر ومنها:

١- ضرورة معرفة مقومات المجتمع الموجهة إليه هذه الفكرة . وقد يكون مجتمع الفكرة فئة أو عدة فئات أو كل فئات المجتمع. ونقصد بذلك معرفة تاريخه وعاداته ومقوماته وثقافته ككل. وهذه المعرفة ترشد صاحب الحملة إلى بعض المسائل الحساسة التي يحسن أن يستغلها، أو يتجنبها في مضمون رسالة. إن حملة صحفية موجهة إلى مجتمع من الفلاحين لابد أن تتجنب الخوض في مسائل تمس العادات والتقاليد الأسرية الراسخة- وحملة أخرى عن الآثار السلبية للتليفزيون على الفلاحين. لا يجب أن يتعرض الكاتب من خلالها إلى إلغاء البرامج الدينية واستبدالها ببرامج عن الإرشاد الزراعي والبحوث الزراعية التي تعمل على استنباط سلالات جديدة من التقاوي.

ومعرفة طبيعة المتلقين للحملة تمكن صاحبها من معرفة طبيعة هذه الجماهير إن كانت سريعة الانقياد وتحكمها الغرائز والعواطف. أم أنها تعتاد على النقاش.

٢- التعرف مسبقاً على الصورة الذهنية التي رسمها جمهور المتلقين عن موضوع الحملة. فمثلا الصورة الذهنية عن التليفزيون لدى جمهور الفلاحين أنه يعتبر قمة التحضر. وأنه أمر ضروري. وأنه لا فرق الآن بين أبناء الريف وأبناء المدن والحضر.. فالكل يشاهد التليفزيون. فلا يمكن على الإطلاق الدعوة في حملة صحفية إلى عدم مشاهدة التليفزيون من قبل الفلاحين.

ولقد كانت صورة اليهودي ترتبط في أذان الناس في الغرب وتنعكس على آرائهم، بصورة الشيطان نفسه. فاليهودي ماكر مخادع مراب جشع قذر سفاك للدماء ومنبوذ من الله ومن الناس. ولذلك فإن الصهيونية فإن الصهيونية مازالت حتى الآن تعمل على تغير هذه الصورة. فتحاول أبراز النماذج الصهيونية الناجحة. من أمثلة أينشتين وغيره .

واستطاعت الصهيونية أن تقدم صورة خلابة ومثيرة للإعجاب والعطف على اليهودي.

٣- ولابد أن يعرف صاحب الحملة أنه صحيح أن الفكرة لحملة إعلامية تتفق مع الأفكار الأخرى، في أنها عامة وعاجلة. ولكنها تختلف عن هذه الأفكار في أنها ليست عابرة.

ولتفسير ذلك نقول: أن استقبال الرسائل الإعلامية مفتوح ومباح من جانب جماهير المتلقين. وهي في نفس الوقت عاجلة لأن القصد منها أن تصل في أقصر وقت ميسور.

لكن الاختلاف كما قلنا أن الفكرة في حملة صحفية لا يمكن أن تكون عابرة مثل غيرها من الأفكار. لأنها تحقق قدراً معيناً من الدوام. وليس من طبيعتها الاستهلاك الفوري من قبل المتلقي. على الأقل تظل الفكرة قائمة بدوام استمرار الحملة الصحفية.

والأفكار عديدة وفي مختلف الاتجاهات السياسية وغير السياسية، لكن المهم البحث عنها.

ويختار صاحب الحملة الصحفية الأفكار التي تتفق مع العلاقة النفسية التي تربطه بالفكرة، وخبراته، وإمكانياته الثقافية،وقدراته في البحث والتنقيب وأخيرا مدى تقديره الشخصي لخطورة الفكرة. والأهم من كل ذلك : مدى ى توفر المعلومات الأولية عن الفكرة لدى صاحب الحملة الصحفية. ومدى اعتماده على مصادر المعلومات. أو على الأقل المصدر الذي يحقق له الإمساك بخيوط إعداد

الفكرة إلى حيز التنذيذ إذ لا يكتفي بدرجة أهمية الفكرة فقط بل لابد مــن إمكانيــة تنفيذها. أن كثيراً من الأفكار لها أهمية معنوية من قبل الجماهير. وأكثر خطــورة من غيرها. لكن صاحب الفكرة لا يستطيع إعدادها للتنفيذ لأسباب عديــدة ومنهــا: استحالة الحصول على المعلومات من المصادر.

ولذلك فإن على كاتب الحملة الصحفية أن يضع يــده أولا- وقبــل عــرض فكرته على رئيس التحرير أو المحرر المسئول- على الحد الأدنى من المعلومــات والمستندات التي تمكنه على الأقل من نشر موضوع واحد، في حالــة فشــله فــي الحصول على المعلومات المطلوبة لاستمرار الحملة الصحفية في عدة موضوعات متتالية ولذلك فإن كاتب الحملة الجيد هو الذي يجمع المعلومــات أولا. ومــع كــل المصادر المتاحة لديه. ولا ينشر أي موضوع في الحملة بعد استكمالها كلها.

وليس مطلوبا من صاحب الحملة أن يحاول جمع كل البيانات والمعلومــات عن الموضوع. لكنه يجمع قدراً منها تمكنه من إثارة الموضوع أمام الرأي العــام وإلقاء الضوء على أبعاده.

وفي رأينا فإن الحد الأدنى لحملة صحفية لا يقل عن ثلاثة موضوعات.

فالموضوع الأول: يحقق المفاجأة للمتلقي. حيث يتعرف على المستهدف من الحملة وهذه المعرفة تثير لديه حالة نفسية وعقلية وإدراكية عن خطورة مضــمون الحملة.

ويعد نفسه لاستقبال مضامين جديدة أخرى. كما أن الموضوع الأول يحقــق المفاجأة أيضا لدى متلقي من نوع آخر وهو المستهدف نفسه. والذي تتحقق لديــه استجابات معينة مؤداها التخلص بأي شكل من الأشكال من مضمون الحملــة أمــا بالإجهاز عليها بطرق مختلفة. أو بالرد عليها في محاولة للتنصل من علاقته بهــذا المضمون.

والموضوع الثاني: يؤكد على خطورة الحملة الصحفية. وينبه المتلقي إلى أن المشكلة لها أبعاد ودروب. وأنه يجب أن ينتظر محتويات إعلامية أخرى قادمة. مما

يتيح له نشاطاً عقلياً يتضمن عمليات عدة كالإدراك والتذكر والتخيل .. الخ. وكلها تتداخل في تحقيق استجابات عقلية معينة لـدى المتلقـي. والإدراك هـو العلامـة والدعامة الأولى للمعرفة الإنسانية. ويعطي معنى للمحسوسات أو المثيرات المختلفة وخاصة إذا كانت هذه المثيرات قوية مثل الرسائل الإعلامية في الحملات الصحفية. وإذا كان الإدراك الحسي هذا إعطاء معنى للمدركات فمن المتوقع أن تلعب الخبرة السابقة للفرد دوراً هاماً في تحديد هذا المعني من حيث الوضوح والدقـة، ومـن حيث التشويش أو الخلط فمثلا خبرة اللقاء الأول مع شخص ما تـؤثر فـي إدراك الفرد له في موقف تال. كما أن غني الخبرة ووفرتها تساعد على الفرد على سرعة الإدراك.

كما أن العوامل الذاتية والتكوين النفسي للفرد تـؤثر فـي إدراكـه للعـالم الخارجي.

ومن الطبيعي أن دوافع الفرد وحاجاته واتجاهاته تؤثر على إدراكه وتغير من مضمونه.

والحملة في موضوعها الثاني تؤكد على الارتباط العضوي بين حاجات الفرد ودوافعه وبين ضرورة اتخاذ قرار في موضوع الحملة من قبل من لهم علاقة بهـا سواء على المستوى الرسمي أو غير الرسمي. أن التأثير على إدراك المتلقي يجعله أكثر حساسية لعناصر معينة في مجال سلوكه ويشكل التفاعل بـين دوافـع الفـرد وإدراكه وسلوكه أساساً هاماً لحياته النفسية.

والموضوع الثالث: يزيد من وضوح القضية موضوع الحملة ويحدد أبعـاد الصراع داخلها. ومسببات هذا الصراع ويجد المتلقي نفسه تحـت تـأثير واضـح لمضمون الحملة كمثير قوي. وبذلك يجد نفسه مطالباً بعـدة اسـتجابات. ويشـعر المتلقي بحالة توتر وقلق.

وأنه في حاجة إلى تغير ما سلوكه. وأنه يسعى إلى شيء ما من أجل زيـادة التوتر والقلق.

التخطيط في مرحلة إعداد الحملة .. كيف؟

لان مضمون الحملة يعتمد على المعلومات والبيانات والوثائق والمستندات فإن عملية "الجمع" هذه تقترب إلى حد كبير من الأسلوب العلمي في جمع المعلومات ومعنى ذلك:ى أن هناك مشكلة بحث يتعرف عليها كاتب الحملة الصحفية وهي (الفكرة) ومن خلال خبراته وتجاربه الصحفية يضع كاتب الحملة عدة تساؤلات حول أسباب المشكلة، هذه التساؤلات يطلق عليها(الفروض) في مجال البحث العلمي، وعلى أساس هذه التساؤلات يقوم كاتب الحملة بجمع المعلومات، وكل ذلك من اجل الوصول إلى معرفة أسباب المشكلة أو القضية ، وهو ما يعرف في البحث العلمي (بالنتائج) ، وأخيرا يقوم الصحفي باستعراض الحلول المناسبة لحل المشكلة، تماما مثلما يفعل الباحث عندما يكتب في نهاية بحثه التوصيات المطلوبة لحل مشكلة البحث.

وتعتمد عملية جمع البيانات والمعلومات على خبرة الصحفي الشخصية، ولا يمكن وضعها في إطار تعليمي نظري، ليستعين بها كاتب حملة صحفية مبتدئ، لكن من جانبنا يمكن وضع إطار عام فيما يلي:

١- أن إعداد الخطة لابد وأن يتناسب مع طبيعة كل مصدر على حدة، عند جمع المعلومات ولابد أن تتفق في نفس الوقت مع طبيعة كاتب الحملة في تعامله الإنساني مع غيره من الناس.

فهناك بعض كتاب الحملات الصحفية الذين يوهمون المصادر المطلوب إدلائها بالمعلومات، بأن لديهم وثائق تدينهم في موضوع الحملة ومن الممكن التغاضي عن نشرها، في سبيل تسليمهم مستندات عن مصدر آخر(مستهدف)أو مصدر يعتبر أحد أسباب المشكلة أو القضية.

وقد يتورط الصحفي ويقع في مأزق لو أنه يوهم المصر بأوهام ليس لها دليل من الواقع، ومن المفروض أن تتوافر لدى الصحفي المعلومات التي يطرحها أمام المصدر لتؤكد صدق قوله، وليست هناك مشكلة لو أن الصحفي يعرف الحقائق عن

المصدر ولكنه لا يملك المستندات التي تدينه.

وقد لا تنفع هذه الخطة (الإيهام) مع مصدر واثق من نفسه، وعلى درجة ما من الوعي والثقافة، وهذه الدرجة لا ترتبط على الإطلاق مع ما لا يتولاه المصدر من منصب حساس أو هام، فقد نجد مصادر على أرقى المستويات الوظيفية ، لكنهم يعانون من مسألة الصحافة، ويصابون بالرعب بمجرد اللقاء مع صحفي.

ويجب أن يكون واضحا لدى كاتب الحملة الصحفية، أن مسألة الاتفاق مع مصدر ما على الحصول على مستندات منه مقابل عدم النمر عنه في حالة تورطه- لا بها على الإطلاق، في التعامل مع محتويات هجومية في حملات صحفية، وأن فعل ذلك فإنه يعتبر نفسه متسترا على جانب من مشكلة، قد يصل الأمر فيها إلى المساءلة القانونية ، أو تنتهي المشكلة-عند تكييفها قانونيا- بجريمة ما.

٢- وعلى كاتب الحملة الصحفية، وهو يقوم بالاستطلاع المبني لجوانب محتويات الحملة أن يتعرف على القوى المتصارعة- المضادة بالذات- فهناك مصادر مصلحتها إثارة القضية أو المشكلة، لأسباب قد تبدو منطقية، أو لدوافع نفسية أو لمصالح ذاتية، وقد يجد كاتب الحملة لدى هذه المصادر المضادة مستندات إدانة للمتسببين في القضية أو المشكلة، ويستطيع الحصول عليها بسهولة، وأن مثل هذه المصادر المضادة-إن لم يكن لديها مستندات- تعاون كاتب الحملة في توجيهه إلى مصادر أخرى.

٣- أن من الخطأ.. أن يهمل كاتب الحملة اللقاء مع (المستهدف) في خطة الإعداد لجمع المعلومات على اعتبار أن المستهدف يمثل "الخصم"، لكن من الطبيعي أن يتوقع كاتب الحملة مشاكل عديدة عند محاولته اللقاء مع المستهدف، وأقلها عدم السماح بمقابلته، وفي أثناء اللقاء لا يتوقع كاتب الحملة أن يحصل على معلومات أو مستندات تدين المستهدف لكن اللقاء مع المستهدف كأحد المصادر يمكن أن يحقق ما يلي:-

(أ) قد يحاول المستهدف إماطة اللثام عن زاوية في المضمون قد تكون خافية

لدى كاتب الحملة.

(ب) قد تظهر أمام كاتب الحملة من خلال جملة واحدة قالها المستهدف، أبعاد أخرى في القضية.

(ج) وكذلك من حق المستهدف أن يوضح أمورا غير واردة في المضمون، ويقدم المستندات التي تؤكد على صدق أقواله.

٤- عندما يجد كاتب الحملة أن أحد الأبواب لم يتمكن من "اقتحامها" فإنه وبلباقة شديدة جدا، وبشكل محسوب تماما، قد يفتعل مشكلة تكون وسيلة للضغط الأدبي والنفسي في الحصول على المعلومات من المصادر.

٥- وقد يضطر كاتب الحملة الصحفية إلى عرض خدماته. المشروعة بالطبع -على المصدر في سبيل الحصول على الوثائق، مثل المساعدة في حل بعض مشاكله.

وقد تتدعم صلة كاتب الحملة فيما بعد مع المصدر لتربطهما ببعض صداقة.

٦- ولابد أن يعتمد كاتب الحملة الصحفية بدرجة ما على الأجهزة الرقابية في الدولة لمساعدته في الحصول على المعلومات والمستندات، وقي ترقى المسألة لتصبح في مرحلة ما من مراحل الحملة في شكل تبادل المستندات ومن هذه الأجهزة الرقابة الإدارية -والنيابة الإدارية، وأجهزة الشرطة.. الخ.

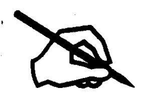
٧- وغير المصادر الرقابية، هناك أجهزة أخرى تدعم المعلومات التي يحصل عليها كاتب الحملة ومنها يستطيع أيضا أن يحصل على المعلومات الأولية حول موضوع الحملة الصحفية أقصد جهاز البحوث الاجتماعية والجنائية، ولابد من الرجوع إلى هذا الجهاز عند التعرض للحملات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني،ثم جهاز البحث العلمي بمختلف فروعه، لو تعرض صاحب الحملة إلى قضايا ومشاكل قد تؤثر في عمليات التنمية بجوانبها المختلفة.

٨- ولابد أن يعتمد كاتب الحملة الصحفية على علاقاته وصداقاته المتعددة، التي من خلالها يستطيع الحصول على الوثائق المختلفة من مصادرها الأصلية، وقد

يطلب من أحد أصدقائه في مركز مرموق (تنفيذي أو تشـــريعي...الـــخ) مســـاعدة صديق في مجلس الشعب، أو وزير في الوزارة القائمة، أو شخصية لها ضغط أدبي داخل المجتمع.

٩- وليس صحيحا أن يحاول كاتب الحملة الحصـــول علـــى كـــل الوثـــائق والمستندات فقد يحصل إلى نقطة ما، لا يستطيع بعدها الحصول علـــى مســـتندات جديدة عليه أن يضيع وقته وجهده، إن مضمون الحملة حول أي مستهدف لا يمكن أن يشغل كل الجوانب، ويمكن القول بأن المضمون الجزئي حول المستهدف يعتبر مؤشرا فكرة شاملة عن شخص ما أو موضوع معين، من خلال معلومـــات قليلـــة يحصل عليها لعدم قدرته على جمع المعلومات كاملة عن الشخص أو الموضوع، والإنسان يقفز دائما إلى الاستنتاجات حتى ولو لم تتوفر لديه كل المعلومات.

إن الصورة الكاملة قد تتحقق لدى المتلقي من وسائل أخرى وأجهزة تتحرك تجاه المستهدف من الحملة، ومنها أجهزة من وسائل أخرى وأجهزة تتحرك تجـــاه المستهدف من الحملة، ومنها أجهزة الرقابة والنيابة وغيرها وهذا التحرك يعتبر في نفس الوقت مضموناً في رسائل إعلامية




عناصر
الحملة الصحية

عناصر الحملة الصحفية

تقوم الحملة الصحفية على ثلاثة عناصر لابد أن تتكامل وتتفاعل لكي تحقق الحملة الصحفية أهدافها.. وهذه العناصر هي:

١- موضوع الحملة:

يجب أن يكون قضية أو مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب في نفس الوقت.

٢- هدف الحملة:

لابد أن يكون هدف الحملة واضحا ومحددا من البداية بحيث يصبح على القارئ العادي أن يتبين ذلك إن عدم وضوح هدف الحملة قد يؤدي إلى الرأي العام وعدم اقتناع القارئ بموقف الصحيفة.

٣- جمهور الحملة:

من الضروري أن تنجح الصحيفة في إشراك الرأي العام في تبني القضية أو المشكلة أو الرأي الذي تطرحه الصحيفة في حملتها الصحفية بحيث تنجح في أن تجعل الرأي العام للقضية وبذلك يشكل الرأي العام قوة ضاغطة تساعد الصحيفة لتحقيق الهدف الذي أعدته الحملة الصحيفة من أجله.

عوامل نجاح الحملة الصحفية:

١- الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام.

وفي الحملات الصحفية المفاجئة لابد أن تسرع الصحيفة أيضا بجمع المعلومات والأدلة الكافية لتدعيم موقف الصحيفة.

٢- المتبعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته، فلو تكاسلت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وفقدت بالتالي تأثير هذا على الرأي العام.

٣- أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر وتمنحه فرصة الرد على الاتهامات الموجة إليه.. لأن ذلك سوف يكسبها احترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.

٤-أن تبذل الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية فتشرك فيها أبرز محرريها وكتابها الكبار.

٥-الالتزام بالموضوعية واحترام الخصم وعدم توجيه الاتهام بدون أدلة كافية وعدم الدخول في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء.

التغطية الصحفية للحملة

التغطية الصحفية للحملة.. تعني عملية جميع المعلومات والوثائق والبيانات المتعلقة بموضوع الحملة..وهي عملية شاقة وخاصة إذا كان هدف الحملة الكشف عن قضايا الفساد والانحراف.. إذ لابد للصحفي أن يعمل على الحصول على الوثائق والأدلة التي تؤكد دعواه من ناحية.. والتي تحميه أمام القانون.. فلا يتهم بالقذف أو التشهير من ناحية ثانية ونجاح الصحيفة يقاس اليوم بمقدار ما تحصل عليه من أمثال هذه الأحداث الغامضة التي أزيح الستار عن حوادث هامة أو وقائع مثيرة أو بيانات مجهولة أو يوجد من يتعمد إخفاءها لتحقيق مصالح شخصية أو منافع مادية أو التستر على جرائم أو فضائح مالية أو خلقية أو انحرافات في مجال سوء استخدام السلطة وغير ذلك من القضايا التي تكشف عن الفضائح والجرائم المتنوعة، فمثل هذه الحملات تهم القراء وتثير انتباههم بما تكشفه من حوادث الاختلاس أو الرشوة أو المحسوبية والإهمال أو استغلال النفوذ، وترضي رغبتهم في تطهير المجتمع من الفساد، وعندما تثبيت الصحيفة للقارئ أنها صحيفة شجاعة لا تخشي شيء من أجل الكشف عن الفساد ولو أدى الأمر دخولها في مواجهة مع عدد من أصحاب النفوذ ففي مثل هذه الحالة فإن القارئ سيتطوع ليمد الجريدة بكثير من المعلومات والحقائق ويكشف لها عن العديد من الأخطاء والانحرافات وأوجه الفساد في المجتمع ويتحول القراء إلي مندوبين صحفيين في خدمة الجريدة.

ومن الضروري أن يدرك الصحفي عندما يتصدى للكشف عن الانحراف والفساد أن تغطيته لمثل هذا الخبر ليس مجرد حب الاستطلاع ولا لمجرد استعراض مهارته الصحفية وإنما لابد أن يتأكد من أن هذه التغطية ستكون في خدمة المجتمع والقراء لأنه ليس من السهل تلطيخ سمعه الناس من أجل إشباع رغبة حب الاستطلاع عند الصحفي أو حتى عند القراء على سبيل المثال فإن الصحفي الذي يهتم بالكشف عن تاريخ حياة سياسي بارز سبق اتهامه في سن الشباب في قضية ما فمثل هذه القضية لا تفيد أحدا ولا تصلح شيئا في المجتمع وإنما هي تهدم سمعة رجل بارز وربما تدمر حياته العائلية بسبب غلطة سبق أن ارتكبها ودفع ثمنها وهو شاب صغير، نفس الأمر عندما يحاول الصحفي أن يكشف أن لأحد الوزراء شقيق أو قريب سبق اتهامه في قضية تمس الشرف أو النزاهة{ إذا ما مدى مسئولية هذا الوزير عن انحراف شقيقه أو قريبه.. فهل يصح الإساءة لسمعه الوزير بدون ذنب جناه ولكن الأمر يختلف إذا كان هذا الشقيق مدان في تهم تمس استغلاله لنفوذ شقيقه وتستر الشقيق الوزير على هذا الاستغلال أو شارك فيه.

ولكن يظل هذا النوع من الحملات الصحيفة التي تكشف عن الانحرافات والفساد إحدى المهام الرئيسية للصحافة الناجحة وخاصة في المجتمعات الديمقراطية ، وفي أوربا وأمريكا استطاعت الصحافة أن ترسل بالعديد من السياسيين والنقابيين وكبار رجال الأعمال المنحرفين إلى السجون ولعل أبرز الأمثلة لذلك الحملة التي كشفت فيها صحيفة الواشنطن بوست الأمريكية في يونيو ١٩٧٢ فضيحة ووتر جيت وتورط الرئيس الأمريكي الأسبق نيكسون في التجسس على المقر الانتخابي للحزب الديمقراطي وهو الحزب المنافس للحزب الجمهوري الذي ينتمي إليه الرئيس نيكسون،وقد انتهت حملة الواشنطن بوست باستقالة الرئيس نيكسون من رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية.

كذلك فإن الصحافة الأمريكية هي النى كشفت عن تهرب ،سبيرولجينيو نائب الرئيس الأمريكي السابق نيكسون من الضرائب وحصوله على رشاوي من بعض

كبار رجال المال لتسهيل صفقاتهم مع الحكومة بالإضافة إلى عدد آخر من التهم والتي انتهت بإجباره على الاستقالة من منصبه الهام.

ثم هناك الدور الذي لعبته الصحافة في الكشف عن فضيحة رشاوى شركة لوكهيد والتي أطاحت برئيس وزراء اليابان وعدد آخر من كبار السياسيين في العالم الذين ثبت تقاضيهم رشاوى من هذه الشركة لتسهيل صفقاتها التجارية مع الحكومات التي ينتمي إليها من أشارت إليهم أصابع الاتهام.

وفي مصر استطاعت أخبار اليوم الكشف عن الانحرافات في الاتحاد التعاوني الزراعي حيث انتهت الحملة الصحفية بعزل المسئولين عن الاتحاد وتحويلهم إلى المحاكمة .

كذلك نجحت أخبار اليوم في الكشف عن الانحرافات في هيئة الأوقاف المصرية انتهت بعزل كبار المسئولين فيها ثم تحويلهم إلى القضاء.

وهناك العديد من الصعوبات التي تواجه الصحفي عندما يتصدى لتغطية حملة تمس حالة من حالات الانحراف أو الفساد في المجتمع فهناك كثير من المواطنين الذين يعرفون بعض التفاصيل عن هذه القضية قد يمتنعون عن الحديث بل يقفون ضد الصحفي ويحولون بينه وبين الوصول إلى الحقيقة وذلك إما لخوفهم من التورط في فضحية أو لمجرد الخوف من أن تذكر أسماءهم مقرونة بمثل هذه الفضيحة أو قد تكون رغبة في حماية صديق أو تعاطف مع جار أو زميل أو رئيس سبق أن عمل معه فترة من حياته أو خوفا من تهديد محتمل ولكن من ناحية أخرى قد يجد الصحفي مساعدات قيمة من رجال البوليس أو رجال النيابة رغبة منهم في الشهرة أو المجد حين تذكر أسماءهم في الصحف مقرونة بأنهم يحاربون الفساد في المجتمع بل إن الصحفي قد يجد مساعدات قيمة عند بعض نواب البرلمان أو بعض كبار المسئولين حين يتقدموا ببعض معلوماتهم عن الفساد.

والمذكرات و البيانات التي يسجلها الصحفي في (النوتة) الخاصة به ليست كافية لإثبات أن المعلومات أو البيانات التي أدلى بها بعض الشهود صحيحة ونادرا

ما يعتد بها أمام القضاء كذلك فإن أجهزة التسجيل غير معترف بها في المحاكم لسهولة تزييفها أو تعديلها، ولكنها مقيدة خارج المحكمة إذ أنها كثيرا ما تؤدي إلى انهيار المتهم واعترافه في حالة سماعه تسجيلا لنفسه يكشف عن انحرافه ولكن يجب الحرص على استعمال هذه الوسيلة في إطار القانون.

أما أهم الوسائل التي يذهب إليها الصحفي لحماية نفسه من الاتهام بالقذف أو التشهير ولإثبات الانحراف أو الفساد هي أن يحاول ضمان أكبر عدد من الشهود في القضية ولكن بشرط أن يتأكد الصحفي من صلابة الشاهد وعدم إمكانية تغييره من أجل المال أو تحت ضغط التهديد وهناك بعض الصحفيين الذين يلجأون إلى تسجيل أقوال الشهود أما أحد المحلفين وذلك في أمريكا وأوروبا ، ولكن المهم في كل الحالات هو دراسة الشهود دراسة دقيقة ووافية من جميع الوجوه قبل الوصول إليهم وتسجيل أقوالهم، وفي الولايات المتحدة الأمريكية وأوربا الغربية يستخدم الصحفيون أجهزة تسجيل دقيقة لتسجيل بعض الاعترافات أو تسجيل جوانب من ألوان الانحراف أو الفساد، وبعضهم يعمد إلى إخفاء هذه الأجهزة في أزرار القميص أو الجاكت أو في دبوس ربطة العنق ولكن لابد من الحرص على عدم استخدام الوسائل غير القانونية كمراقبة مكالمات التليفون وغير ذلك من الوسائل التي تضع الصحفي تحت طائلة القانون لتدخله في حريات الآخرين.

كذلك يجب على الصحفي أن يحرص على عدم الاعتماد على الشهود الذين يستعدون للشهادة، من أجل المال حتى لو كانت شهادتهم صحيحة فإن صحافة دفتر الشيكات كما تطلق الصحف البريطانية ، عل بعض الصحف الأمريكية، ،غير مضمونة العواقب لأن الشاهد قد يغير أقواله من أجل مزيد من النقود، إن صحافة دفتر الشيكات قد تدفع بعض الصحفيين إلى تزوير الفضائح من أجل الحصول على الشهرة أو المال كما حدث مع صحيفة الديلي ميل البريطانية في قضية اللورد ليلاند في صيف عام ١٩٧٧ وحقيقة القضية أن أحد محرري صحيفة الديلي ميل نشر عن اللورد ليلاند وهو أحد أثرياء إنجلترا وله مجموعة من الشركات الدولية التي تتعامل

في صفقات بمئات الملايين من الجنيهات ونشر محرر الديلي ميل خطابا باسم اللورد ليلاند يوصي فيه بمنح رشوة لعدد من كبار السياسيين والمسئولين في عدد من الدول لتسهيل عدة صفقات لإحدى شركاته وهددت الفضيحة العديد من السياسيين والمسئولين في إنجلترا أو بعض دول العالم بفقد مناصبهم واحتمال تقديمهم إلى القضاء ولكن لم يستمر الأمر طويلا واكتشف زيف الحملة التي نشرها الديلي ميل فقد اتضح من تحليل مضمون الخطاب المنسوب إلى اللورد ليلاند أنه مزور لأنه وجد بالخطاب أخطاء إملائية بينما عرف اللورد ليلاند بتمكنه من اللغة الإنجليزية وهكذا انهارت الحملة كلها، وتم القبض على محرر الديلي ميل الذي اعترف بأنه اختلق الحملة وأنه استعان بأحد المديرين العاملين في إحدى شركات اللورد ليلاند ليزور له الخطاب مقابل عدة آلاف من الجنيهات وكان موقف للديلي ميل لا تحسد عليه واستغلت الصحف البريطانية الأخرى وطالبت باستقالة مستر ديفيد انجليش رئيس تحرير الديلي ميل

ولابد أن ننتبه إلى أن الشهود الذين يقبلون الشهادة من أجل النقود قد يبالغون في شهادتهم من أجل الحصول على أموال أكثر وهو الأمر الذي يمكن أن يعرض الصحيفة إلى إدانة شخص برئ.

كذلك فإن الصحيفة التي تتعهد بإعطاء الشاهد الرئيسي أموالا قد تجد نفسها في موقف مدان في المحكمة بتهمة التأثير على العدالة، مثال ذلك فضيحة بروفيمو وزير البحرية البريطانية الذي تورط في علاقة غير شرعية مع كريستين كيلر استغلها أحد الجواسيس السوفييت للحصول على معلومات عن الجيش البريطاني فقد كشفت الحملة شهود مزيفين كذبوا مقابل أموال دفعت إليهم وقد كشفتهم الصحافة وقدمتهم إلى المحكمة.

كذلك فمن الضروري أن يلجأ الذي يهتم بتغطية حملة عن انحراف أو فساد أو يكشف فضيحة نقابية أو مالية أو أخلاقية إلى محامي أو مستشار قانوني يحدد له مدى قانونية تحركاته أثناء تغطية الحدث والمحامي الرديء هو الذي سيقول

للصحفي ما يجب أن يمتنع عن نشره أما المحامي الذكي فهو الذي يبين للصحفي إلى أي مدى يمكن أن يذهب في النشر.

ومن الأفضل أن يعمل الصحفي في مثل هذه الحالات على أن تكون جميع الأقوال والتصريحات التي يحصل عليها من أصحابها وفي حضور شهود -كذلك عليه أن يعمل نسخا مصورة من المستندات التي يحصل عليها كلما أمكنه ذلك وعليه ألا يستخدم مستندات مسروقة وإلا تعرضت شهرته للخطر وعرض نفسه للمحاكمة مثال ذلك أن دانيال الزبرج الذي سرق سبعة آلاف وثيقة من وثائق وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) عام ١٩٧١ الخاصة بفظائع الجيش الأمريكي في فيتنام ونشرها متتابعة في صحيفة النيويورك تايمز – قد عرض نفسه للسجن عدة سنوات من اجل حصوله على وثائق مسروقة.

وفي مثل هذه الأخبار أيضا لابد أن يحرص الصحفي على البحث عن أكبر عدد من الأدلة غير الشهود وهو يمكن أن يجد بعض الأدلة في سجلات وثائق الحكومة الرسمية المسموح بالبحث فيها ونقلها مثل سجلات الوزارات والمحاكم والهيئات والمؤسسات العامة وأرشيف الحكومة نظير رسم معلوم ففي بريطانيا مثلا هناك مكتب الوثائق العامة حيث يوجد به جميع وقائع وسجلات المجالس البلدية والمحلية في بريطانيا ويمكن الإطلاع عليها وهي تبين تفاصيل مدفوعات الشركات ومرتبات الموظفين الرسميين وامتلاك الأسهم والسندات ونصوص العقود الخاصة بالبيع والشراء وغير ذلك من الأمور المشابهة.

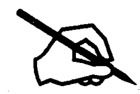
وفي هذه السجلات الرسمية المصرح بالحث فيها يمكن للصحفي الكشف عن النمو في ثروات بعض المسئولين.. وظروف وملابسات حصولهم على ثرواتهم وما إذا كانوا قد أساءوا استخدام سلطتهم في الحصول عليها.

ومن المؤسف أن مثل هذه المعلومات غير متوفرة للصحفي العربي حيث لا توجد سجلات أو أرشيف به هذه المعلومات في بلادنا وإذا وجد بعضها فهي تعتبر سرا من أسرار الدولة لا يباح للصحف البحث فيه فقد عجزت الصحافة المصرية

مرة عن الحصول على أسماء من يفتحون مكاتب الاستيراد والتصدير من أقارب المسئولين بسبب عدم وجود المعلومات المنظمة عن مثل هذه الأشياء.

وفي مثل هذه الحالات يمثل هذه المعلومات من القراء أنفسهم فمن يعرف شيئا يبعث به للصحيفة وقد نجحت هذه الوسيلة في حالات كثيرة فقد استطاعت صحيفة وستيرن ميل البريطانية أن تكشف طرق التحايل في ملكية الأراضي في مدينة كاردف عن طريق كشفها لإحدى حالات التزوير في ملكية قطعة أرض حكومية والاستيلاء عليها وطلبت من القراء موافاتها بالحالات المماثلة وكان إن وجدت بين يديها عشرات الحالات معتمدة بالوثائق والمستندات ونفس الأمر كررته نفس الصحيفة في الشكوى من أن اختيار نظام المدارس جنوب ويلز يتم عن طريق الرشوة بالنقود وحققت الصحيفة في الاتهام وطلبت من القراء أن يشاركوها في كشف الحقائق والأسرار المتعلقة بالموضوع، وقد مد القراء الصحيفة بالمعلومات المطلوبة ولكن في طريق عكسي إذ أثبتوا أن الاتهام غير صحيح وقد اتضح ذلك بالفعل باستثناء حالة واحدة فقط تم تعيين أحد النظار مقابل رشوة.

ففي مثل هذه الحالات لابد للصحفي أثناء تغطيته للحملة أن يتخذ الاحتياطات الكافية لعدم الإساءة إلى الأبرياء.



نموذج تطبيقي للحملة الصحفية

حملة عبدة الشيطان

في الصحافة المصرية

تعتبر قضية عبدة الشيطان التي ظهرت في مصر مؤخرا واحدة من أشهر الحملات الصحفية التي قامت بها الصحافة المصرية خلال السنوات العشر الماضية.

فقد نجحت الصحافة في هذه الحملة في لفت نظر الرأي العام إلى القضية باعتبارها خطر يهدد مصر.

وتنتمي حملة عبدة الشيطان من الناحية الصحفية إلى الحملات الصحفية المفاجئة.. أي التي تقوم بدون تخطيط مسبق، والتي يفرضها تطور الأحداث، وهي بذلك تختلف عن الحملات الصحفية المخططة أي التي يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة.

وقد قمت بإعداد تحليل مضمون لهذه الحملة الصحفية المفاجئة. وكان التقرير التالي الذي أرجو أن يفيد به أبنائنا الطلاب والطالبات فلا ينزلقوا في مثل هذه الأفكار الخبيثة المستوردة من الغرب.



إعداد

د. محمد وهدان

قسم الصحافة والإعلام
جامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

أولا- التعريف بموضوع البحث:

موضوع هذا البحث هو: قضية عبدة الشيطان في الصحافة المصرية دراسة مقارنة بين الصحافة العامة والدينية خلال الفترة من يناير ١٩٩٧ وحتى أول مارس ١٩٩٧م.

ويقصد الباحث بقضية عبدة الشيطان، تلك الجماعة من الشباب المصري التي تم القبض عليها، والتحقيق معها أمام الجهات المختصة بعد أن وجها إليها تهم عبادة الشيطان – إنكار الأديان السماوية – ممارسة طقوس وتصرفات لا أخلاقية.

ويقصد بالصحف العامة المطبوعات التي تصدر بشكل دوري وتعرض على جمهور مستهدف لاستقبال محتواها، تخاطبه بقصد توجيهه والتأثير فيه، وإن كانت في بعض الأحايين تتعرض لموضوعات دينية ولكن في إطار معالجتها لقضايا عامة .

ويقصد الباحث بالصحف الدينية تلك المطبوعات التي تصدر بشكل دوري وهي متخصصة في معالجة القضايا والموضوعات من خلال الالتزام بكتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، وإن كانت أحيانا تعرض لقضايا عامة تهم المسلم في أمور دنياه.

ثانيا: أهمية الدراسة:

يعود اختيار الباحث لهذا الموضوع للأسباب الآتية:

شكل موضوع عبد الشيطان صدمة لدى الرأي العام المصري، وتباينت فيه الآراء والتوجهات مما يفرض على باحث الإعلام معرفة معالجة الصحافة لهذه القضية.

* هناك اتهام موجه للصحافة المصرية بأنها بالغت في معالجة موضوع عبد الشيطان وأعطتها أكبر من حجمها، وأنها نقلت مبادئ عبد الشيطان في الغرب، وطبقتها بحذافيرها على الشباب المصري واتهمتهم بأنهم يمارسون نفس الطقوس

الغربية مما يفرض على الباحثين الفصل في هذا الاتهام من خلال دراسة علميـــة موضوعية

* البحث عن بديل يطرح تصورات علمية إذا أثبتت الدراسة الموضـــوعية الحاجة لطرحه، وأعني به الوصول إلى الصورة المثلى التي ينبغي أن تكون عليها المعالجة الصحفية لمثل هذه القضايا.

ولعل قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية في مقدمة المؤسسات العلمية الإعلامية التي تنهض بمثل هذا اللون من الدراسة.

لعل هذه الأسباب كافية في تجلية الحقيقة في قضية عبد الشيطان، ومعالجـــة الصحافة المصرية لها، لاسيما وأن البعض قد غالى في علاج هذه القضـــية ورأى أنهم مرتدون، بينما تطرف آخرون في الدفاع بالباطل عن هؤلاء الطـــلاب باســـم الحرية.

وآمل أن يسهم هذا البحث في تجلية حول موضوعه وإزالة ما يحيط بها من ضباب، وأسأل الله عز وجل أن يجعله في ميزان حسناتي يوم لا ينفع مال ولا بنون إلا من أتي الله بقلب سليم.

تساؤلات الدراسة:

اكتفى الباحث بالتساؤلات ولم يضع فروضاً علمية نظراً لطبيعة دراسته، فهي تستهدف محاولة فهم وتحليل المعالجة الصحفية لقضية عبد الشيطان، خاصـــة وأن علامات استفهام كثيرة أثيرت حولها، كما أن ندرة البيانات والمعلومات تعتبر سببا لطرح التساؤلات التي تستهدف من خلال الإجابة عليها جمـــع وتبويـــب البيانـــات والمعلومات المطلوبة وعرضها.

وتحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية :

(١) ما معني عبادة الشيطان؟ وكيف تحدث القرآن الكريم عن هذه القضية؟

– ما أسباب ظهور جماعة عبدة الشيطان في المجتمع العربي؟

– ما المبادئ التي تقوم عليها عبادة الشيطان في المجتمع الغربي؟

- كيف تسللت هذه الجرثومة الى الشباب المصري؟

(ب) تساؤلات خاصة بمعالجة الصحافة المصرية لقضية عبدة الشيطان:

- ما مدى اهتمام الصحافة المصرية بقضية عبد الشيطان؟
- ما مضمون هذا الاهتمام؟
- ما شكل هذا الاهتمام؟
- كيف عرضت الصحافة المصرية هذه القضية؟
- ما الحلول التي قدمتها الصحافة المصرية لهذه القضية؟
-هل هناك فروق في الاهتمام بقضية عبدة الشيطان بين الصحافة العامة والصحافة الدينية؟
- ما السلبيات التي وقعت فيها الصحافة المصرية أثناء معالجة هذه القضية؟

٣- نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعين من الدراسات هما:

١- الدراسة الاستطلاعية أو الاستكشافية.

٢- الدراسة الوصفية.

حيث نحاول من مدخلها التاريخي تتبع قضية عبد الشيطان عبر العصور المختلفة، وكيف حذر منها القرآن الكريم، وصولاً إلى وقتنا الراهن.

ثم هذه الدراسة ثانيا من الدراسات أو البحوث المسحية الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف موضوع معين عن طريق جمع المعلومات والحقائق والملاحظات عنه، لذلك فقد تم استخدام أسلوب تحليل المضمون في إطار منهج المسح لتقديم وصف موضوعي منظم لكيفية معالجة الصحافة المصرية لقضية عبدة الشيطان، بالإضافة إلى المقابلات العلمية غير المقننة مع بعض المسئولين في تحرير الصحف المصرية لجمع وتفسير مزيد من البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة.

أما مناهج هذه الدراسة فقد استخدم الباحث ثلاثة مناهج هي:

١- منهج المسح، على أساس أنه يفيد في تحديد الاتجاهات.

٢- المنهج التاريخي : ونعنى به تسجيل وتصنيف ما مضى من أحداث ووقائع، ولا يقف عند مجرد الوصف، وإنجاز يدرس الوقائع والأحداث ويحللها ويقرها على أسس علمية بقصد التوصل إلى خصائص لا تساعد على فهم الماضي فحسب، وإنما أيضا على فهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل واستخدام الباحث المنهج التاريخي لصلاحيته لرصد نشأة وتطور قضية عبد الشيطان عبر العصور المختلفة.

٣- المنهج المقار:بمقتضى هذا المنهج تظهر المقارنة وفقا لـ:

١- التفاوت الكمي الذي يكشف مدى اهتمام الصحافة المصرية بقضية عبدة الشيطان.

٢- الاختلاف النوعي بين مواقف الصحافة العامة والصحافة الدينية في معالجة موضوع عبد الشيطان.

مجال الدراسة:

تعني هذه الدراسة بتناول قضية عبدة الشيطان في الصحافة المصرية في الفترة نت ٢٤ يناير ١٩٩٧ وحتى أول مارس ١٩٩٧

ثم تدور هذه الدراسة على محورين:

مجموعة الصحف التي تخضع لموضوع البحث.

(أ) الصحافة المصرية العامة:

اختار الباحث عينة من الصحف هي:

١- جريدة الأهرام.

٢- جريدة الأهالي.

٣- مجلة روز اليوسف.

٤- مجلة الشباب.

(ب) الصحافة المصرية الدينية:

اختار الباحث عينة من الصحف

١- جريدة اللواء الإسلامي.

٢- جريدة عقيدتي.

٣- مجلة الأزهر.

٤- مجلة التصوف الإسلامي.

(جـ) الإطار الزمني:

اختار الباحث الفترة من ٢٤ يناير وحتى أول مارس ١٩٩٧ لأنها يـوم ٢٤ هو اليوم الذي شهد القبض على أعضاء هذه الجماعة والتحقيق معهم أمام النيابـة، وانتهى عند أول مارس، حيث اكتشف أن الصحافة المصرية أهملت هذه القضـية تماما ولم تشير إليها من قريب أو بعيد.

مدخل:

عبادة الشيطان.. ليست وليدة اليوم، وإنما هي عبادة قديمة، بدأت مع بدايـة الخلق وارتكاب الإنسان للمعاصي ومحاربة الله والميل مع الهوى والشهوة.

ولقد حذر القرآن الكريم من الشيطان في آيات كثيرة، كما حذر المؤمنين من عبادته وطاعته يقول الله تعالي: ﴿ **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ وَمَن يَتَّبِعْ خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ فَإِنَّهُ يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ وَالْمُنكَرِ** ﴾[النور: ٢١] ويقـول تعالي في قصة إبراهيم عله السلام: ﴿**يَا أَبَتِ لا تَعْبُدِ الشَّيْطَانَ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَـانَ لِلرَّحْمَنِ عَصِيًّا (٤٤) يَا أَبَتِ إِنِّي أَخَافُ أَن يَمَسَّكَ عَذَابٌ مِّنَ الرَّحْمَنِ فَتَكُـونَ لِلشَّيْطَانِ وَلِيًّا**﴾[مريم: ٤٤، ٤٥].

وقال تعالي: ﴿ **أَلَمْ أَعْهَدْ إِلَيْكُمْ يَا بَنِي آدَمَ أَن لاَّ تَعْبُدُوا الشَّيْطَانَ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ (٦٠) وَأَنِ اعْبُدُونِي هَذَا صِرَاطٌ مُّسْتَقِيمٌ** ﴾[يس: ٦٠، ٦١].

ويقول رسول الله صلي الله عليه وسلم في الحديث الصحيح: ((**إن الشـيطان يئس أن يعبده المصلون، ولكن في التحرش بينهم**)).

وروى الإمام مسلم عن جابر أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: ((**إن الشيطان يصنع عرشه على الماء ثم يبعث سراياه في الناس، فأقربهم منزلة عنده أعظمهم فتنة يجيء أحدهم فيقول : مازلت بفلان حتى تركته وهو يقول كذا وكذا، فيقول إبليس: لا والله ما صنعت شيئا ، ويجئ أحدهم فيقول: ما تركته حتى فرقت بينه وبين أهله، قال: فيقربه ويدنيه ويقول: نعم أنت**)).

وعبادة الشيطان لم تنقطع في الدول الغربية وفي الشرق الأقصى في الهند والصين واليابان وغيرها.

لكن إذا رجعنا إلى الدول العربية نجد أن عبادة الشيطان موجودة في سوريا والعراق بصورة غير علنية لدى بعض الجماعات المسلمة ظاهراً غير المؤمنة بالله باطناً.

وهم في العراق يتركزون في منطقة باعذري بمنطقة الموصل، وفي جبل سنجار، أما في سوريا فهم موجودون في الحسكة وحلب وعفرين ودمشق واللاذقية.

وفلسفة هؤلاء تقوم على أن الله سبحانه وتعالي خير محض ولا يتصور صدور الشر عنه وبالتالي فلا حاجة لعبادته أما الشيطان فهو مصدر الشر والأذى لذلك يجب على الإنسان عبادته والعمل على إرضائه.

وعبادة الشيطان في العراق وسوريا يؤمنون بكتابين: المصحف الأسود وكتاب الجلوة، ولا يتعدى كل منهما ثماني صفحات والصلاة عندهم في الصباح والمساء ويتوجهون إلى الشمس بالعبادة خاصة عند الشروق أما الصيام عندهم فثلاثة أيام فقط هي : الثلاثاء والأربعاء والخميس من فبراير ويجب على كل من تجاوز الثالثة عشر من العمر.

ويوجد عندهم هيكل للشيطان يسمى الطاووس يحج إليه عباد الشيطان مرة كل عام- مثل فريضة الحج عند المسلمين- كما يتم الطواف بهذا الهيكل في أيام الأعياد لجمع الأموال لشيخهم الأكبر، ويذبحون عند الهيكل الذبائح ويطوفون حوله ويقدمون له زكاتهم، وهم لا يؤمنون بالأنبياء.

عندهم عيد اسمه الجمالية يباح فيه الزنا والشذوذ، والزنا فيما بينهم ليس له عقوبة، أما الزنا مع غيرهم فيعاقبون فاعله، ويرفضون الزواج من غيرهم.

والمرأة المسلمة في نظرهم نجسة ولا يجوز لهم استعمال حاجيات المسلم ويحرم عليهم دخول مساجد المسلمين، أو الاغتسال في الحمامات، كما يحرمون أكل الطيور خاصة الطاووس والديك ويحرمون أيضا أكل الخس والقرنبيط والسمك والخنزير والغزلان.

وعبادة الشيطان يرون أن الله تعالي ظلم إبليس ولم يمنحه الفرصة لإعلان توبته -تعالى الله عن ذلك علواً كثيراً -والملاحظ أن تلك الجماعات يعيش بعضها في مناطق منعزلة بعيدة عن منابع الثقافة والدين

أما عبادة الشيطان في الدول الغربية وأمريكا والشرق الأقصى فتبدأ مع التقدم الحضاري والنهضة الصناعية التي شهدتها تلك البلاد وفي الوقت نفسه شيوع الانحلال والإباحية والتفكك الأسري وسيطرة روح التشاؤم على البعض دفعت بعض الغربيين إلى سلوك طرق منحرفة مضادة للمجتمع كنوع من الرفض والشعور بالاغتراب، أو الانتحار.

ومن أمثلة هذه الطوائف التي تعبد الشيطان في أوربا طائفة أبناء الشمس في سويسرا وفرنسا وأمريكا وتعقد اجتماعاتها في معابد الشمس.

أما اليابان فهي مسرح كبير لنشاط تلك الطوائف إذ يوجد فيها حوالي ٨٠ ألف جماعة من بينها جماعة الحقيقة المطلقة التي قتلت عددا كبيرا م اليابانيين في محطات المترو بالغازات السامة، وزعيمها رجل كفيف يدعى اساهارا شوكواتي بأفكاره من الهند.

ويمارس عبد الشيطان طقوسا متشابهة على الرغم من وجودهم في دول مختلفة وهذا يؤكد وجود جهة تخطط لنشر هذا الفكر وتلك التعاليم الشيطانية، فهم يرتدون التيشرتات السوداء ويطيلون شعورهم ويفتنون شرائط موسيقية معينة مثل الميتال والديث والبلاك ميتال، ولهم ممارسات جماعية تتمثل في إشعال الشموع

السوداء، وتلاوة بعض الترانيم ويذبحون القطط والفئران والطيور ويمثلون بها ويشربون الدم ولا يستحمون ويتعاطون المخدرات ويمارسون الرذيلة جماعيا ولهم شعارات غريبة مثل الصليب المقلوب والنجمة الخماسية والسداسية، وبداخلها الصليب المقلوب، وتطبع على الفانلات السوداء وترسم بالوشم على الأكتاف والأذرع ويجتمعون في أماكن مهجورة وينبشون القبور ويدنسونها.

وهم في الغرب يحاربون المسيحية ويسخرون من المسيح فقد وجد لديهم تماثيل للسيدة مريم ملطخة بالدماء ولافتات مكتوب عليها "مطلوب القبض على عيسى الذي يطلقون عليه المسيح للجرائم التي ارتكبها ضد الإنسانية فهو متسبب في قتل ملايين البشر".

مجلة الجحيم:

وفي فرنسا وصل عدد عبدة الشيطان إلى ٢٠٠ ألف ويصدرون مجلة بعنوان "الجحيم" وتوجد مكتبة متخصصة تبيع كتبهم في باريس، وعبدة الشيطان في فرنسا يغيرون مظهرهم بالمساحيق وطلاء الأظافر باللون الأحمر أو الأخضر ويضعون حول أعناقهم صلبانا مقلوبة ويرسمون الرقم ٦٦٦ على الجدران وفي وسائل المواصلات كرمز للشيطان ويقدمون الأطفال كقرابين للشيطان، ويتم تعميد الأعضاء الجدد بالدم، ولهم برنامج إذاعي بعنوان "عبادة الشيطان"

وفي ألمانيا يقدر عدد عبدة الشيطان بحوالي نصف مليون شاب أما في كندا فيطلق عباد الشيطان على أنفسهم اسم أحفاد الفراعنة، وفي أمريكا قام انطون شاندر ببناء معبد للشيطان يتبعه ٤٠ ألف شخص في لوس أنجلوس وحدها، وفي جنوب أفريقيا قتل حوالي ١٢ شخصا وقدموا كقرابين للشيطان وتوجد جماعات كبيرة تعبد الشيطان في كل من اليونان وإيطاليا أما إذا انتقلنا إلى إسرائيل فنجد أن جماعة "أخوة الشيطان" قد ظهرت في عام ١٩٩٣ على يد انطوان لامي.

من تل أبيب للمعادي:

وانطوان لامي هذا يعتبر المنظم الأول للجماعات الشيطانية وأكاديميا في العالم وتوجد في مدن تل أبيب وإيلات ونتانيا وتمارس طقوسها بدرب من الحدود المصرية في منطقة طابا وتقيم حفلات تتعاطى فيها المخدرات وتمارس الرذيلة بالشكل الجماعي في المناطق المنعزلة وقام أعضاء تلك الجماعات بالعديد من جرائم السرقة والاختطاف والقتل والتعذيب، وقام أحد أفراد هذه الجماعات بالتعاون مع زملائه باختطاف والدته وشارك في اغتصابها معهم وهم يؤمنون بأن الشيطان سوف يحكم العالم ويلتفون حول بعض الفرق الموسيقية مثل فرقة الأرض اليتيمة وفرقة سالم فارس التي غنت "سورة الحشر" بالمقلوب.

وقد وصلت عبادة الشيطان إلى مصر عن طريق مجموعة من الإسرائيليين الذين عملوا على اجتذاب الشباب عن طريق الجنس والمخدرات وإقامة الحفلات في القاهرة والإسكندرية، وترجع بذور هذه الأفكار المنحرفة إلى حفلات للهيبز أقيمت في ديسمبر ١٩٧٠ بالإسكندرية وظهرت فيها فتيات شبه عاريات وشباب يرتدون سلاسل وغوايش، ودعا منظمو تلك الحفلات الشباب إلى التحرر من كل شيء.

ومن أوائل السبعينيات بدأت هذه الجماعات تقيم حفلاتها في المعادي ومصر الجدية والزمالك وأخذ أعضاؤها يعقون اجتماعاتهم في الفنادق وبعض المطاعم المشهورة –خاصة مطاعم ماكونالدز وبدأ هؤلاء يتبادلون بعض شرائط الفرق الأجنبية التي تحتوي على عبارات تدعو لعبادة الشيطان وأخذ عبدة الشيطان في الإسكندرية يتصلون بإخوانهم في إسرائيل من خلال فرقتي الأرض اليتيمة وسالم وتنتشر هذه الجماعات في جامعات القاهرة وعين شمس وفي الأحياء الراقي، ونظموا أنفسهم في نادي المصير السيئ وفي الإسكندرية ناد آخر اسمه يونايتد اوف ديث ميتال.

وقد مارس هؤلاء طقوسهم في قصر البارون المهجور بمنطقة مصر الجديدة ومقابر الكومنولث وفي صحراء ٦ أكتوبر وسقارة والفيوم وظهرت محلات في الزمالك ومصر الجديدة وأرض الجولف تبيع لوازم أعضاء جماعات الشيطان من

فانلات سوداء ونجمة خماسية معينة وصليب مقلوب، ويستعينون بماكينات قادمة من إسرائيل في عمل الوشم.

وفي رأس السنة الميلادية تجمع أعضاء عبدة الشيطان وأرادوا إقامة احتفال في قصر البارون إلا أن الأهالي أبلغوا الشرطة لكنها لم تحرك ساكناً، كذلك قام هؤلاء بمظاهرة أمام نادي الشمس أعلنوا فيها عن أنفسهم وأهدافهم إلا أن أحدا لم يتحرك للقضاء على هذا الانحراف.

واضطرت مديرة مدرسة المقريزي التجريبية للغات بمصر الجديدة إلى تحرير محضر في قسم مصر الجديدة تشكو فيه من كتابة عبارات تؤكد عظمة الشيطان، وقد وقع على هذه الكتابة ثلاثة وكتبوا :"فرقتنا غير المقدسة مكونة من هشام وعاطف وعبد الله".

وتحرك الأمن وقبض على أفراد تلك الجماعات وبدأ التحقيق معهم

هذا وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أولا: المعالجة الصحفية لقضية عبد الشيطان من حيث المضمون:

أسباب قضية عبد الشيطان بين الصحافة العامة والدينية

م	الفئـــــــــــــة	الصحافة العامة		الصحافة الدينية	
		ك	%	ك	%
١	محاولة التقليد الأعمى للغرب		٢٧		٣٤
٢	تهميش دور التربية الدينية في المدارس		٢١,٥		١٨
٣	صناعة إسرائيلية ولدت في طابا		١٨		١٦
٤	غياب دور الأسرة		١٢		١٣,٥
٥	غياب دور المؤسسات الدينية		٩		١٢
٦	الشرائط الممنوعة		٨,٥		٣,٥
٧	غياب القدوة		٤		٣
٨	الأمية الدينية		صفر		صفر
	المجموع		١٠٠ %		١٠٠ %

جدول يوضح أسباب قضية عبدة الشيطان كما تراها الصحافة الدينية العامة

كشفت الدراسة أن الصحافة الدينية والعامة قدمت تفسيرات عديدة لوجود ما يسمى بعبادة الشيطان في مصر وكان طبيعيا أن تختلف الرؤيا وزوايا المعالجة في كل من الصحف الدينية والعامة على الوجه التالي:

١- محاولة التقليد الأعمى للغرب:

احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى في الصحافة العامة بنسبة ٢٧ %،بينما احتلت الفئة نفسها المرتبة السادسة في الصحافة الدينية بنسبة ٣,٦%.

ترى الصحافة العامة"عينة الدراسة" أن محاولة التقليد الأعمى للغرب كانت السبب الأول في ظهور قضية عبدة الشيطان، وتشير في هذا الصدد إلى أن شباب مصر مؤمن بالله ولا يعبد سواه، لكن المسألة أن بعض الشباب أراد تقليد الغرب تقليداً أعمى.

واستدلت الصحافة العامة في تأييد وجهة نظرها بتحقيقات النيابة حيث نشرت مجلة للشباب على لسان رئيس نيابة أمن الدولة: أن سلوك المتهمين في تنظيم عبد الشيطان لا يمكن وصفه إلا أنه تقليد أعمى، وليس إدراكا يصل إلى مرحلة العقيدة بما يقدمون عليه من سلوك، وإن كان بعضهم -وهم قلة- يمكن وصفهم بأنهم يصادقون الشيطان عن طريق استرضائه ببعض السلوكيات المنحرفة.

بينما نشرت مجلة "روز اليوسف" أقوال أحد المتهمين من الشباب حيث يقول:"أنا لا دخل لي بعبادة الشيطان، وأنا انضممت لأن حفلاتهم كانت مثيرة، وكنت أروح هناك علشان البنات والنسوان شبه العرايا، وكانت سعادتي بالغة عندما أرى إحدى الفتيات تقوم بخلع ملابسها قطعة قطعة وسط تصفيق كل الحضور.

وكحال جريدة "الأهالي" المتحدثة بلسان حال حزب التجمع الوطني الوحدوي في معاداة كل ما هو أمريكي، استثمرت فرصة وجود أمريكي ضمن المتهمين في قضية عبدة الشيطان ونشرت خبرا بعنوان: قيادات عبد الشيطان هاربون، وبينهم أمريكي.. وذكرت أن الأمريكي يدعى روبرت أركت، ومقيم في شارع دجلة بالمعادي، وأنه حول منزله إلى مستعمرة لممارسة الشذوذ الجنسي.

واكتفت "الأهرام" بالتأكيد على أن تقليد الغرب شيء مؤسف، فهناك عادات وتقاليد لا يجب الخروج عنها.

أما الصحافة الدينية فقد عالجت التقليد الأعمى للغرب على أن بعض الشباب فتنوا بالغرب. فراحوا يطبقون ما يحدث في المجتمع الأوربي من عادات وتقاليد وقالت "اللواء الإسلامي" ليتنا نقلد الغرب في زيادة الإنتاج وحب العمل والالتزام بدلا من "المقيال" والرقص وغير ذلك، وهو لا يعني أبدا شأن الأمم.

٢- تهميش دور التربية الدينية في المدارس والجامعات:

احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية في الصحافة العامة بنسبة ٢١,٥% بينما جاءت في المرتبة الثالثة في الصحافة الدينية، ومعني هذا أن هناك ما يشبه الإجماع بين الصحافة العامة والصحافة الدينية في ضرورة الاهتمام بالالتزام بالتربية الدينية في المدارس، وأن تهميش دورها هو الذي أدى إلى مثل هذه الأمراض.

وترى الصحافة العامة أن غياب التربية الدينية الصحيحة في المدارس والجامعات هو سبب ظهور هذه الأفكار الشاذة التي أصابت الرأي العام في مصر بالإحباط والدهشة ، وتستدل على صدق رأيها بأنه عندما جاء علماء الدين إلى الشباب اكتشفوا أن هؤلاء الشباب لم يتعلموا شيئا من أمور الدين في المدارس والجامعات،ونجح العلماء في إقناعهم بأن الشيطان ليس مظلوما، لأنه هو الذي عصى ربه.

وذكرت مجلة "آخر ساعة" أن تهميش دور التربية الدينية كارثة ، وقالت : لو كان مدرس الدين يقوم بدوره في المدرسة ما وجدت مثل هذه الأفكار.

ويمكن القول بأن الصحافة الدينية في معالجتها لتهميش دور التربية الدينية رددت نفس ما قالته الصحافة العامة ، بيد أن نبرة الصحافة الدينية في المعالجة كانت هادئة خاصة في جريدة "عقيدتي".

٣- صناعة إسرائيلية .. ولدت في جنوب سيناء:

احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة في الصحافة العامة بنسبة ١٨%، بينما جاءت الفئة نفسها في المرتبة الرابعة للصحافة الدينية بنسبة ١٦%.

ترى الصحافة المصرية أن دهب وطابا ونويبع في جنوب سيناء مليئه بالفرق الموسيقية الإسرائيلية التي تروج الرذيلة، وتحض على الفسق وهناك فرق مشهورة تغني أغنية "الحرب مع الشيطان" والهدف منها استحضار الشيطان وأعوانه.

وقدمت في هذا الصدد مجلة آخر ساعة : تقريرا إخباريا بعنوان:

الأفكار المنحرفة من أمريكا إلى إسرائيل وكيف دخلت مصر؟

وأشارت مجلة "روز اليوسف" إلى أن الفرق الموسيقية الإسرائيلية تحضر إلى مصر لإفساد شبابنا وللأسف تقوم الشرطة بحراستها وأنه تم في المطار منذ أيام ضبط شريط إسرائيلي يغني صورة الحشر بالمقلوب خاصة الآيات الأخيرة منها ، والمعرف أن صورة الحشر كشفت خداع اليهود لسيدنا رسول الله صلى الله عليه وسلم.

وتحت عنوان: أجراس الخطر في دهب وشاطئ عسلة بجنوب سيناء قالت مجلة الشباب : إن إسرائيل تزوج بناتها للشباب المصري حتى يهربون من التجنيد.. وهناك : تجد البانجو لمن يريد .. وتدخين الحشيش شبه علني ووجود فتي وفتاة في أوضاع غير مقبولة.. أمر طبيعي.

وانتهت المجلة إلى أن تجارة المخدرات مسموح بها في دهب، كما أن الوشم ينتشر بين السياح والمصريين، ويقوم به سباب من إسرائيل ومصر والسودان.

وتحت عنوان: على شاطئ العسلة يسبح الشيطان، طلبت الأهرام ضرورة النظر في ما يجرى على الشاطئ، بينما أشارت روز اليوسف إلى أن الإسرائيليين هم أول من أدخل عبادة الشيطان إلى مصر من خلال مجموعة من الصهاينة في المنطقة الحدودية بين مصر وإسرائيل خاصة في طابا، وقد بدأ هؤلاء الصهاينة في

نشر أفكار ومعتقدات عبادة الشيطان في أوساط الشباب المصـــري عـــن طريـــق استدراجهم من خلال الجنس وتعاطي المخدرات والخمور.

أما الصحافة الدينية فقد عالجت هذه الفئة مطالبة بضـــرورة قيـــام أجهـــزة الإعلام وكل الهيئات والمؤسسات المختلفة بإعداد حملات إعلامية لتحذير الشـــباب من خطورة الأفكار الإسرائيلية علينا، وطلبت عدم السماح للشباب بزيارة إسرائيل.

٤- غياب دور الأسرة:

احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة في الصحافة العامـــة بنســـبة ١٢ % بينمـــا احتلت المرتبة الثانية في الصحافة الدينية، ومعني هذا أن الصحافة الدينية ترى أن دور الأسرة مهم لتحصين الشباب ضد الأفكار الهدامة.

طلبت الصحافة العامة محاكمة الإسرائيليين وليس الشباب، لأن البيوت فـــي السنوات العشر الأخيرة تحولت إلى حضانات مهمتها "تسمين" الأولاد فقط.

وترى الصحافة العامة أن قلة من شبابنا أفسدها الثـــراء والفـــراغ وانعـــدام الهدف،بأفكار شاذة، ووجدت بينها راحتها الفكرية،وانطلقت تتخذ طقوســـا غريبـــة بغير اعتبار لقيم السماء وقيم المجتمع.

وتحت عنوان : شباب القدر السيئ، قالت الأهرام أن غياب دور الأسرة أدى إلى تهافت أولاد الذوات على الملذات، وأن عبادة الشيطان أفرزتها موضة الثقافـــة الاستهلاكية.

وتنقل "روز اليوسف" اعترافا لمتهم يقول :"شوف الحكاية من البيت لا ديـــن ولا حاجة .. دا كله هجص.. باب عمره ما صلى .. ماما كان هدفها مطاردة أبـــي في التليفون علشان ما يتزوج عليها، وكل يوم عند الكوافير.. وبصراحة أكد لي أبي أن الملتزمين بالدين مجانين، فقد كانت لي تجربة مع إحدى الجماعـــات المتطرفـــة وكنت حروح في داهية، لكن "كتيت" في آخر لحظة!!

أما الصحافة الدينية فقد رأت أن بعض الأسر قد تساهلت مع أبنائهم باسم الحرية فأفسدتهم.. ويقول اللواء الإسلامي في هذا الصدد أن الحرية بدون قيود تعطينا فوضى في النهاية.

وذكرت "عقيدتي" أن بعض الآباء الآن يعانون من جفاف العواصف وفقر الثقافة فأهملوا أولادهم، وإن الله عز وجل سوف يسألهم عنهم يوم القيامة، وانتهت عقيدتي إلى أن عبدة الشيطان ضحايا إهمال الأسرة، بل الصحيفة نشرت تحقيقا بعنوان: أولياء الأمور: نحن السبب في عبادة الشيطان، وطلبت عودة دور الأسرة لرقابة الأولاد.

٥- غياب دور المؤسسات الدينية:

احتلت هذه الفئة المرتبة الخامسة في الصحافة العامة ٩ % وجاءت أيضا في المرتبة الخامسة في الصحافة الدينية .. حيث ترى الصحافة العامة أن المؤسسات الدينية وفي مقدمتها الأزهر لم يقم بدوره كاملا لنشر صحيح الدين، يرى الباحث أن هذا اتهام ينقصه الدليل.

وفي هذا الصدد اتهمت روز اليوسف فضيلة المفتي بالتقصير، ونشرت مقالا: بعنوان: فضيلة المفتى .. لحظة من فضلك تساءلت فيه: كم مرة فتحتم فيه شبكة الإنترنت وقرأتم ما بها.

وعابت "روز اليوسف " عل المفتى أنه وصم شباب عبدة الشيطان بالكفر ولم يفكر في مناقشتهم وتصحيح فكرهم..

كما اتهمت روز اليوسف المؤسسة الدينية المسيحية في مصر بأنها لم تفعل شيئا للشباب، وهاجمت شنودة الثالث قائلة: إنه لم يفوت الفرصة ليدخل في سياق محموم ضد الشباب، فراح من جانبه يفتش في الكتاب المقدس عن طلقات رصاص خارقة.

أما الصحافة الدينية فقد عالجت هذه الفئة بموضوعية، ونقلت "جريدة عقيدتي" تصريحا للإمام الأكبر شيخ الأزهر قالت فيه: ٣٠% من أسباب جرثومة عبدة

الشيطان يقع على الجامع الأزهر نفسه، رأن الإمام الأكبر ضد إيداع هؤلاء الشباب السجون، وحلق رؤوسهم بل يجب نصحهم وإرشادهم وتأديبهم دون قوة.

٦- الشرائط الممنوعة :

احتلت الشرائط الممنوعة المرتبة السادسة في الصحافة العامة بنسبة ٨,٥% بينما احتلت المرتبة السابعة في الصحافة الدينية ٣%.

اتفقت الصحافة العامة والدينية في أن إسرائيل أغرقت السوق المصري بشرائط لموسيقى الميتال الصاخبة، التي تمجد الشيطان وتغني له وتزعم أنه مظلوم وهذه الشرائط يتم تداولها سرا بين الشباب . قالت مجلة روز اليوسف: إن عبد الشيطان أقاموا حفلا ضخما في أشهر فنادق القاهرة عقب نهاية رمضان قبل الماضي احتفالا بحرية الشيطان، تم فيها ترويج شرائط كاسيت تمجد إبليس المكبل في رمضان لدرجة أن شابا قال في تحقيقات النيابة : أن الشرطة ضربتنا في شهر رمضان ونجحت في القبض علينا لأننا في شهر رمضان الذي تقيد فيه حرية الشيطان،ولولا هذا ما استطاعت الداخلية القبض علينا.

وقالت جريدة "عقيدتي" من هذه المستنقعات يصطادون الضحايا: صالات الديسكو وموسيقى الميتال، وكل شيء مباح.

٧- غياب القدوة:

احتلت هذه الفئة المرتبة السابعة في الصحافة العامة بنسبة ٤% بينما لم تعالجها الصحافة الدينية وكانت نسبتها صفر .

وترى الصحافة العامة أن غياب النموذج الصالح للشباب وعدم وضوحه واختلال منظومة القيم سبب وجود الظواهر السلبية التي يعاني منها الشباب.

وقالت آخر ساعة، إن الشباب لا يجد القدوة في المدرسة أو الجامعة أو في المنزل بعد أن تحول بعض الآباء إلى "بنوك" لجمع الفلوس وكفي، ولا يرون أولادهم لمدة أسابيع، كذلك سخرية وسائل الإعلام من العلماء وإظهارهم بشكل ساخر.

٨- الأمية الدينية:

احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى في الصحافة الدينية بنسبة ٣٤% بينما احتلت نسبة صفر في الصحافة العامة، حيث لم تشر إليها.

ترى الصحافة الدينية أن الأمية الدينية سبب تطرف الفقراء والأغنيـــاء، لأن الأمية الدينية تجعل المسلم جاهلا ومن السهل أن يقوده أحد المتطرفين.

ولم تكتف الصحافة الدينية بذلك، بل نشرت عددا من التحقيقـــات لمواجهـــة الأمية الدينية منها ما قامت به جريدة "عقيدتي" حيث كتبت تقول: إن الأمية الدينية سبب كل المصائب، وسبب عبدة الشيطان وهي جرس إنذار لإيقـــاظ الآبـــاء مـــن غفلتهم.

هذا وقد اقترحت كل الصحف الدينية والعامة لعلاج هذه المشكلة ما يلي:

١- تدريس الدين كمادة أساسية في الجامعات واعتباره مادة رسوب ونجـــاح فـــي المدارس.

٢- دور أكثر فاعلية للمؤسسات الدينية خاصة الأزهر والأوقاف.

٣- إغلاق ماخورات الديسكو والرقص الخليع في مصر.

٤- أن يتوقف التليفزيون عن إذاعة الأغاني الأجنبية التي تخرب عقول الشباب.



ثانيا: المعالجة الصحفية لقضية عبدة الشيطان من حيث الشكل

م	الفئة	الصحافة العامة		الصحافة الدينية	
		ك	%	ك	%
١	التقرير الصحفي		٤٧		٤
٢	القصة الاخبارية		٢٩		صفر
٣	المقال الصحفي		١٨		٢٢
٤	التحقيق الصحفي		١١,٥		٦٩
٥	الحديث الصحفي		٢,٥		٢,٥
٦	الخبر الصحفي		٢		٠,٥
	المجموع		%١٠٠		%١٠٠

كشف التحليل أن الصحافة المصرية العامة والدينية تباينت في استخدام فنون التحرير الصحفي في معالجتها لقضية عبدة الشيطان، فبينما ركزت الصحافة العامة على التقرير الصحفي ركزت الصحافة الدينية على التحقيق الصحفي:

وفيما يلي نتائج المعالجة الصحفية لقضية عبدة الشيطان في الصحافة المصرية:

١- التقرير الصحفي:

احتل التقرير الصحفي المرتبة في الصحافة العامة بنسبة ٤٧% بينما احتل المرتبة الثالثة في الصحافة الدينية ٤%، ويرجع ذلك في رأينا إلى وجود محررين مؤهلين ومتخصصين في كتابة التقرير الصحفي بينما يندر وجود هؤلاء في الصحافة الدينية.

ومن أمثلة التقرير الصحفي في الصحافة العامة ما نشرته روز اليوسف بعنوان: عبادة الشيطان: الوجه الآخر للتطرف بقلم : عصام زكريا

ومن الملاحظ أن التقارير الصحفية التي نشرتها الصحافة المصرية كانت من النوع والإخباري ولم تستخدم تقرير عرض الشخصيات ولا مرة واحدة.

لكن الصحافة الدينية لم تستخدم التقرير الصحفي بنسبة ضعيفة، ومن أمثلة ذلك ما نشرته عقيدتي بعنوان: مراسلات مراكز عبادة الشيطان من الخارج لأعضائها في مصر، خطاب من أصدقاءه جماعة هولندا يرد على شاب مصري: قائلا "مصر آخر دولة كنت أتوقع نشر عبادتنا بين شبابها، كتبه احمد شعبان.

٢- القصة الإخبارية:

احتلت القصة الإخبارية المرتبة الثالثة في الصحافة العامة بنسبة ٢٩% من فنون الكتابة الصحفية، بينما احتلت القصة الإخبارية نسبة صفر في الصحافة الدينية.

ويعود ذلك إلى أن الصحافة الدينية تعاني من نقص الصحفيين المتخصصين في صياغة القصة الإخبارية بشكل يتناسب مع قيمنا الإسلامية.

ومن الملاحظ أن الصحافة العامة عندما عرضت قصصا إخبارية لقضية عبد الشيطان كانت بعيدة عن القيم الإسلامية بألفاظ لا يجوز أن تغالي إلا في عنبر الخطرين بمستشفى الأمراض العقلية ومن ذلك ما نشرته روز اليوسف على لسان شاب حينما قالت على لسان الشاب حسن توني.. أنا لا دخل لي بعبادة الشيطان.. أنا انضميت لهم لأن حفلاتهم كانت مثيرة، كنت أروح هناك علشان ....

مثل هذه العبارات التي تؤذي المشاعر ونأسف لعدم نشرها ولا يجوز أبدا أن تكتب في صحافة عامة. يمولها الشعب المصري المسلم من الضرائب.

٣- المقال الصحفي:

احتل المقال الصحفي المرتبة الثالثة في الصحافة العامة بنسبة ١٨% بينما جاء في المرتبة الثانية في الصحافة الدينية بنسبة ٢٢%، ويعود حصون المقال على مرتبة متقدمة في الصحافة الدينية لأنه لا يناسبها، حيث أنها تكتب عددا من علماء الدين في القضايا المختلفة ومن بينها قضية عبدة الشيطان.

ومن الملاحظ أن الصحافة العامة استخدمت المقال الافتتاحي والمقال التحليلي والعمود الصحفي في معالجتها لهذه القضية مثل مقالات إبراهيم نافع وفهمي هويدي

وصلاح منتصر وسلامة أحمد سلامة في الأهرام وسمير رجب وجدي سالم وعادل ضيف في "عقيدتي" وإبراهيم المغازي في مجلة التصوف الإسلامي، وإبراهيم راشد في اللواء الإسلامي.

٤- التحقيق الصحفي:

احتل المقال الصحفي المرتبة الرابعة في الصحافة العامة بنسبة ١١,٥ % بينما احتل الأولى في الصحافة الدينية بنسبة ٦٩%.

ويعود ذلك إلى أن الصحافة العامة استخدمت بدلا من المقال فن التقرير الصحفي الذي يعطي انطباع الصحفي، في حين عالجت الصحافة الدينية قضية عبدة الشيطان من خلال التحقيق الصحفي لأنها أرادت مناقشة هادئة للقضية من خلال آراء علماء الدين، باعتبارها تصدر كل أسبوع.

ومن أمثلة التحقيق الصحفي في الصحافة العامة ما نشرته الأهرام بعنوان :شباب القدر السيئ: عبدة الشيطان إحدى صور الانحراف أفرزتها موضة الثقافة الاستهلاكية وتهافت أولاد الذوات على الملذات.

ومن أمثلة التحقيق الصحفي في الصحافة الدينية: بعد الإرهاب والجنس والمخدرات: ما هي الحقيقة وراء عبادة الشيطان؟

علماء الدين: ثمرة خبيثة لحياة أفسدها الثراء الفاحش والبعد عن الدين.

٥- الحديث الصحفي:

وقد احتل مكانة متأخرة في الصحافة العامة بنسبة ٢,٥% بينما جاء في المرتبة الرابعة في الصحافة الدينية بنسبة ٢,٥%.

ومن أشهر الأحاديث التي عالجت بها الصحافة العامة ظاهرة عبادة الشيطان: الحديث الذي نشرته مجلة "روز اليوسف" مع المذيعة هالة حشيش حول حفلات الديسكو –بعنوان : الشرطة تحرس حفلات عبادة الشيطان.

ويلاحظ أن معظم الأحاديث التي تنشرها الصحافة الدينية أحاديث رأي مثل حديث رئيس جامعة الأزهر مع جريدة اللواء الإسلامي: ليست ظاهرة، ولكن بادرة سيئة.

٦- الخبر الصحفي:

احتل الخبر الصحفي المرتبة الأخيرة في الصحافة العامة بنسبة ٢% بينما لم تستخدمه الصحافة الدينية إلا مرة واحدة بنسبة ٠,٥%.

ويلاحظ أن الأخبار التي كانت تنشرها الصحف العامة كانت من النوع المركب، ومن أمثلة ذلك ما نشرته "الأهالي" في صفحتها الأولى بعنوان :"قيادات عبدة الشيطان هاربون وبينهم أمريكي" وهو الخبر الوحيد الذي عالجت به الأهالي قضية عبد الشيطان، وقد سألت ثروت شلبي : نائب رئيس التحرير عن أسباب تجاهل الأهالي لقضية عبدة الشيطان فقال: إن مجلس التحرير رأي بعد مناقشة طويلة وقف نشر أي شيء عن هذا الموضوع، لأننا ترفض طرح هذه القضية في هذا الوقت، لشغل الناس عن قضاياهم الأساسية.

أما عدم معالجة الصحافة الدينية لقضية عبدة الشيطان من خلال الأخبار فذلك يعود كما يقول مجدي سالم نائب رئيس تحرير عقيدتي إلى أن الدوريات الدينية إما أسبوعية أو شهرية، ونحن نعرف أن الخبر مكانه الطبيعي هو الصحافة اليومية.

إيجابيات معالجة الصحافة المصرية لقضية عبدة الشيطان

أولا: يحسب للصحافة العامة أثناء معالجتها لقضية عبدة الشيطان أنها نشرت الرأي والرأي الآخر، فعندما طلب فضيلة المفتي ضرورة تطبيق حدة الردة على هؤلاء الشباب في مجلة آخر ساعة، نشرت المجلة في العدد التالي رأيا للدكتور عبد الصبور مرزوق –نائب رئيس المجلس الأعلى للشئون الإسلامية–يرفض فيه تطبيق حدة الردة عليهم ويقول : إنهم ضحايا لأسرهم، وإذا كان هناك من حد فيجب تطبيقه على الآباء الذين تركوا أولادهم فريسة لهذه الماخورات الماجنة.

إن موجة الاستياء والغضب التي اجتاحت المجتمع المصري إثر القبض على عبدة الشيطان وساهمت الصحافة بجهد مشكور فيها أثبتت أن الأخلاق في مصر مازالت بخير، وكما يقول المكفر الكبير -عباس محمود العقاد- في كتابه "إبليس" إن الكون الذي فيه إبليس ملعونا أشرف من الكون الذي لا يميز بين القداسة واللعنة.

ثانيا: أيحسب للصحافة الدينية في مصر أنها عالجت القضية بموضوعية واتزان وعدم إلقاء التهم جزافا جاعلة شعارها الحكمة القائلة: إن النجار الماهر يقيس سبع مرات ويقطع مرة واحدة ويشيد الباحث في هذا الصدد بالمعالجة الصحفية لمجلة التصوف الإسلامي، جريدة عقيدتي

سلبيات معالجة الصحافة المصرية لقضية عبدة الشيطان

وقعت الصحافة المصرية العامة والدينية في سلبيات عديدة كان من الممكن تداركها، وهذه السلبيات من وجهة نظر الباحث هي:

١- اختلفت الصحافة المصرية حول من أول من أثار قضية عبد الشيطان، ووصل الخلاف إلى حد تبادل الاتهام والتراشق بالألفاظ ، مما يؤدي إلى فقدان الصحف لبعض مصداقيتها.

فمجلة "روز اليوسف" زعمت: نحن أول من فجرنا هذه القضية، وفجرها محررنا عبد الله كمال في "نوفمبر ١٩٩٦بعنوان : نادي عبادة الشيطان في مصر الجديدة، بينما زعمت مجلة "الشباب" التي تصدر عن مؤسسة الأهرام أنها أول من رصد بدايات حكاية الشيطان وناقشتها في عدد نوفمبر ١٩٩٤ ولم يهتم أحد.

وأشارت جريدة "الوطن العربي" إلى أنها أول من حذر من عبادة الشيطان في ٣١ نوفمبر ١٩٩٦ .. ويحتار القارئ يصدق من ويكذب من؟

٢- أن الصحافة المصرية خاصة العامة وقعت في خطأ كبير عندما جاءت بأفكار عبدة الشيطان من أمريكا وإسرائيل ، وقالت إن شبابنا يمارسها، بينما كل ما

أثبتته التحقيقات أن الشباب ذهب إلى صالات الديسكو ليس من أجل عبادة الشيطان ولكن للرقص مع الفتيات، رغم أن الأخير جريمة بشعة حذر منها الإسلام.

٣- أن الصحافة العامة استثمرت قضية عبدة الشيطان في نشر قصص أخبارية تحض على الرذيلة وتسيء إلى الإسلام ومن أمثلة ما نشره الكاتب الصحفي منير عامر في مجلة "روز اليوسف" بعنوان : غداء عمل بجانب الشيطان- قال فيه:

أنه التقي في أمريكا على الغداء صديقته الأمريكية ليزا... وسألته : ألا توجد نكتة عن الشيطان في مصر.. فقلت لها : آخر نكتة تقول: أن رجلا بلغ من السبعين، وكان يعشق الفول المدمس، ولا يوجد قوتا سواه، وينسى دائما أن يقول عندا بدء طعامه بسم الله، ومعنى ذلك أن الشيطان سوف يأكل معه، وفوجئ الرجل بصفعة على قفاه، والتفت ليجد أن الذي يصفعه هو الشيطان، وكان متذمرا ساخطا وقال له: يا أخي قل بسم الله .. وأنت تأكل .. فقد أجبرتني على أن آكل معك الفول سبعين سنة .. وأنا أريد تغيير الطعام..!!

ومن ذلك أيضا ما نشرته مني حلمي في "روز اليوسف" بعنوان : عبدة الشيطان والسيراميك، حيث طلبت إعادة النظر في الأديان وتطويرها مع ما يتماشى مع روح العصر، وزعمت أننا أخذنا من السلف التزمت والتعصب وعزل المرآة وارتفاع الندرة الذكورية..!!

٤- أن الصحافة الدينية في معالجتها لهذه القضية ركزت على التحقيق الصحفي والمقال الصحفي، وهذا يعني أنها تعاني من نقص في عدد الكوادر المؤهلة لكتابة كل فنون التحرير الصحفي الأخرى فظهرت معالجتها جامدة ونمطية.

٥- أن الصحافة العامة اتهمت أبرياء ولوثت سمعتهم بدون وجه حق، ونشرت معلومات مضللة عنهم، ولم تكلف نفسها بتصحيح ما نشرته ظلما وزورا وبهتانا..

باستثناء صحيفة الأهرام التي نشرت تحقيقا بعنوان –الشواهد تؤكد : "بين عبدة الشيطان، أبرياء" على سبيل المثال اتهمت الصحافة العامة سوسن بدر بأنها من عبدة الشيطان ثم بعد ذلك تبين بعد ذلك أن ابنتها ياسمين هي المتهمة لأنها حضرت حفلا موسيقيا.

– أن بعض المجلات الدينية تجاهلت القضية تماما مثل: منبر الإسلام ومجلة الأزهر، وإن كانت مجلة الأزهر قد اكتفت بنشر خبر صغير ضمن زاوية "أبناء العالم الإسلامي" نسبت فيه للدكتور زقزوق ، وزير الأوقاف قوله: إن هؤلاء الشباب مغرر بهم، وأن القاعدة العريضة من شبابنا بخير.

وكان واجباً على مجلة الأزهر المنطقة الأمان أكبر هيئة علمية أن تعالج هذه القضية على الأقل بدلا من المقال الذي نشرته حول موعد صلاة الفجر وآثار بلبلة في نفوس المسلمين.

التوصيات

وفي ضوء النتائج السابقة نقترح التوصيات التالية:

١– دعوة العاملين في وسائل الإعلام بوجه عام والعاملين في حقل الصحافة المقروءة بوجه خاص إلى تحري الدقة فيما ينشر، وأن يلتزم الجميع بعدم نشر أسماء المتهمين في القضايا المختلفة إلا بعد حكم قضائي، حتى لا نسيء إلى الناس بالباطل عملا بقوله تعالي في القرآن الكريم :"يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوما بجهالة، فتصبحوا على ما فعلتم نادمين".

٢– دعوة العاملين في الصحافة المقروءة إلى استخدام القصة الإخبارية في عرض موضوعات تفيد المجتمع ، بدلا من تلك القصص التي تخرب ولا تعمر، تهد ولا تبني، تثير الغرائز ولا ترتقي بالإنسان.

٣– إنني أدعو أساتذتي وزملائي – كمتخصصين في مجال الإعلام– إلى أن يتدبروا آيات القرآن الكريم ليستنبطوا منها قواعد أصيلة لعرض القصة الإخبارية وغيرها من فنون التحرير أو الكتابة الصحفية، وهذه القواعد الأصيلة نلقنها

للصحفيين الشبان ودارسي الإعلام.. ليتتلمذوا على أحسن القصص كمثل أعلى لهم، بدلا من البضائع المستوردة من شرق وغرب ، والتي

-للأسف- كان دورنا معها مجرد النقل الأعمى فقط وتطبيقها في تعاملنا مع فنون التحرير الصحفي، بصرف النظر عما إذا كانت تتناسب مع تقاليدنا وقيمنا..

إنني أدعو أساتذتي في قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر وكل أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية إلى أن يشمروا عن ساعد الجد، وأن يعيشوا ويتعايشوا مع القرآن الكريم، لكي يقدموا لنا منهجا إسلاميا يتعامل مع الخبر والمقال والتحقيق والحديث والرسوم الساخرة بروح إسلامية.

فلقد حان الوقت لأن تعيد النظر في كثير من القواعد والأسس المبسوطة في مراجع الإعلام، والتي تذخر بها المكتبة العربية -وأن نضع كإعلاميين ينتسبون إلى الإسلام الحنيف أسسا جديدة لا تنحاز إلى الشرق أو إلى الغرب، ولا تعبد الهرم المقلوب أو المعتدل .. وإنما نحن في حاجة إلى أسس جديدة تلتزم بمنهج الإسلام وفي خطأ فادح، وذلك أنهم جاءوا بنظرات إعلامية قالها بشر من الغرب وحاولوا أن يوفقوا بينها وبين آيات القرآن، فجاءت محاولاتهم ساذجة وتسيء إلى أنفسهم وإلى دينهم لأنهم للأسف -جعلوا ما يقوله البشر معيارا للقرآن وهذا خطأ، فالذي يستولي عليه النقص ليس كالذي أيده الله بالكمال، وليس على قواعد فن القصة الإخبارية نقيس القرآن ، وإنما القرآن هو معيار قواعد فن القصة، وكل فن آخر عرفته البشرية أو ستعرفه في المستقبل.

إن التأمل العميق للقصة الإخبارية في القرآن يوصلنا إلى نتيجة مؤداها أن القصة القرآنية جزء م نسيجه القوى لا تساق أبداً لمجرد التسلية أو أنها حديث خرافة يتسلى بها البعض لمجرد قتل الوقت، أو أنها تلهيه للناس تنسيهم ظروف الحياة القاسية التي يوجهونهم لبعدهم عن الله، وإنما القصة الإخبارية في القرآن جزء من نسيجه وهي تقدم دليلا على توحيد الله وصدق رسوله صلى الله عليه وسلم.

وفي هذا درس عظيم لنا –نحن الإعلاميين– أن نتعلم من القرآن الكريم ونتأدب بآدابه، فنتوقف عن نشر تلك القصص الإخبارية التي تثير الغرائز .. وتفسد العقول والتي يكتبها بعض الذين في قلوبهم مرض.

إننا نريد أن ننشر في صحفنا القصص الهادف لأن القصة الإخبارية في القرآن تنبني على تعارض مواقف ينتصر فيها الخير في النهاية.

